

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



TESIS DOCTORAL

**La producción cinematográfica en el contexto africano:
estudio de caso del cine de Nigeria, Nollywood**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

Talía Rodríguez Martelo

DIRECTOR

Jorge Clemente Mediavilla

Madrid



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

TESIS DOCTORAL

**LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN EL CONTEXTO
AFRICANO: ESTUDIO DE CASO DEL CINE DE NIGERIA,
NOLLYWOOD**

Director: Dr. JORGE CLEMENTE MEDIAVILLA

Autora: TALÍA RODRÍGUEZ MARTELO

2019

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
Facultad de Ciencias de la Información



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

**DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD DE LA TESIS
PRESENTADA PARA OBTENER EL TÍTULO DE DOCTOR**

D./Dña. Talia Rodríguez Martelo
estudiante en el Programa de Doctorado D9AL Comunicación Audiovisual y Publicidad
de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de
Madrid, como autor/a de la tesis presentada para la obtención del título de Doctor y
titulada:

La producción cinematográfica en el contexto africano: estudio de caso del cine
de Nigeria, Nollywood.

y dirigida por: Dr. Jorge Clemente Mediavilla

DECLARO QUE:

La tesis es una obra original que no infringe los derechos de propiedad intelectual ni los derechos de propiedad industrial u otros, de acuerdo con el ordenamiento jurídico vigente, en particular, la Ley de Propiedad Intelectual (R.D. legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, modificado por la Ley 2/2019, de 1 de marzo, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia), en particular, las disposiciones referidas al derecho de cita.

Del mismo modo, asumo frente a la Universidad cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la autoría o falta de originalidad del contenido de la tesis presentada de conformidad con el ordenamiento jurídico vigente.

En Madrid, a 14 de julio de 2019

Fdo.: 

Esta DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y ORIGINALIDAD debe ser insertada en
la primera página de la tesis presentada para la obtención del título de Doctor.

A mi madre, que me enseñó a amar el cine.
A mi padre, que me enseñó a encontrar respuestas en los libros.

AGRADECIMIENTOS

Este trabajo ha supuesto un largo camino en el que he tenido la suerte de encontrarme con muchas personas. Quiero dedicar estas líneas a aquellos que, de alguna forma, han dejado su poso en estos años.

En primer lugar quiero dar las gracias a mi director, Jorge Clemente Madiavilla, por guiarme durante todo el proceso, por su paciencia y por los ánimos recibidos. También quiero dar las gracias a Agustín García Matilla por descubrirme el mundo de la investigación y animarme a emprender esta aventura. A Antón Álvarez Ruiz, por su amistad y sus sabios consejos.

Me gustaría reconocer y agradecer la inestimable ayuda de todos y cada uno de los profesionales entrevistados, en especial a Beatriz Leal Riesco, por las interesantes conversaciones sobre cine más allá de lo que queda aquí recogido. También quiero dar las gracias a Ikechukwu Obiaya por su asistencia y apoyo constante desde Nigeria; sin él no habría podido completar la investigación.

También me gustaría agradecer y destacar la atención de los que me han acompañado de diversas formas: A Isaac, mi compañero de viaje, por la fuerza que me transmite cada día y por creer en mí a pesar de mis dudas. A mi familia, gracias por vuestra ayuda en los momentos complicados. A los amigos que se han convertido en mi otra familia, gracias por el apoyo a través de los años y por hacer que la vida sea más divertida. A los que me habeis convertido en tía y madrina, que haceis el futuro más bonito. A Chus y Sei, mis padres, por el cariño y las enseñanzas que dejaron.

Muchas gracias.

ÍNDICE

RESUMEN	11
---------------	----

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1. INTRODUCCIÓN	15
2. OBJETO DE ESTUDIO	21
3. OBJETIVOS	25
4. HIPÓTESIS	27
5. METODOLOGÍA	29
5. 1. Estudio de fuentes documentales.	32
5. 1. 1. Tipos de fuentes.	33
5. 1. 2. Procedencia de las fuentes.	34
5. 2. Trabajo de campo: entrevista semiestructurada.	35
5. 2. 1. Selección de informantes.	37
5. 2. 2. Guía y diseño de la entrevista.	39
5. 3. Panel comparativo de los modelos de producción de los tres países principales productores de películas	42
5. 3. 1. Selección del período de estudio.	42
5. 3. 2. Selección de variables de análisis.	43
5. 4. Análisis de resultados.	45

CAPÍTULO II: LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA, PRINCIPALES MODELOS DE PRODUCCIÓN, EL CONTEXTO AFRICANO Y EL CINE DE NIGERIA, NOLLYWOOD

6. ESTADO DE LA CUESTIÓN	49
6. 1. Introducción: La industria cinematográfica.	49
6. 2. Procesos de la industria cinematográfica.	53
6. 2. 1. Producción.	53
6. 2. 2. Distribución.	56
6. 2. 3. Exhibición.	58
6. 3. El cine y el vídeo digital.	60
6. 4. Internet y el cine: cine <i>online</i>	64
6. 5. Algunas apreciaciones sobre la industria cinematográfica contemporánea.	67
6. 6. Historia de la producción cinematográfica.	69
6. 6. 1. 1895 – 1927: Los inicios del cine y las primeras salas.	73
6. 6. 2. 1927 – 1950: La llegada del sonido y del color.	88
6. 6. 3. 1950 – 1970: La llegada de la televisión y el Cinemascope.	98

6. 6. 4. 1970 – 1990: El cine de autor y el cine en casa: New Hollywood y el <i>blockbuster</i> .	104
6. 6. 5. 1990 – 2010: La era digital.	107
6. 6. 6. Del 2010 hasta nuestros días: El cine en 3D, la convergencia mediática y los nuevos caminos.	111
6. 7. Principales modelos de producción cinematográfica: aproximación a los casos de Estados Unidos y la India.	115
6. 7. 1. El modelo americano: Hollywood	117
6. 7. 1. 1. <i>The trust</i> .	117
6. 7. 1. 2. El <i>star system</i> .	119
6. 7. 1. 3. El sistema de estudios y las <i>majors</i> .	121
6. 7. 1. 4. La llegada de la televisión y la renovación del cine: New Hollywood.	123
6. 7. 1. 5. La transformación empresarial en el contexto de la digitalización y el cine online.	128
6. 7. 1. 6. La producción cinematográfica en Estados Unidos: 1995 – 2015.	131
6. 7. 2. El modelo asiático: Bollywood.	133
6. 7. 2. 1. Orígenes del cine en la India.	133
6. 7. 2. 2. La llegada del sonido y el cine musical: 1930 – 1950	134
6. 7. 2. 3. El nuevo cine indio: 1950 – 1970.	137
6. 7. 2. 4. Bollywood: El cine después de los años 70.	141
6. 7. 2. 5. La producción cinematográfica en la India: 1995 – 2015.	143
6. 8. La producción cinematográfica en el contexto africano.	148
6. 8. 1. Historia del cine africano: introducción.	148
6. 8. 2. El cine durante el período colonial: 1896 – 1960.	150
6. 8. 3. Los cines africanos emergentes: 1960 – 1990.	156
6. 8. 4. El cine africano contemporáneo: 1990 – 2000.	161
6. 8. 5. New African Cinema: desde los años 2000 hasta nuestros días.	163
6. 8. 6. Principales centros de producción y representantes del cine de África Subsahariana.	
6. 8. 6. 1. Senegal	167
6. 8. 6. 2. Níger	170
6. 8. 6. 3. Costa de Marfil, Camerún y Mali	171
6. 8. 6. 4. Sudáfrica	174
6. 8. 6. 5. Burkina Faso	178
6. 8. 6. 6. Ghana	180
6. 8. 6. 7. Mauritania	181

6. 9. La producción cinematográfica en Nigeria: Nollywood.	183
6. 9. 1. Nigeria: algunos datos y breve perspectiva histórica.	183
6. 9. 2. El cine en Nigeria antes de Nollywood.	190
6. 9. 2. 1. 1903 – 1960: El período colonial.	190
6. 9. 2. 2. 1960 – 1990: El cine tras la independencia.	192
6. 9. 3. El cine a partir de los años noventa: Nollywood.	196
6. 9. 3. 1. Contexto: Nigeria en los años noventa.	196
6. 9. 3. 2. Los antecedentes de Nollywood.	198
6. 9. 3. 3. El vídeo doméstico y la revolución digital: 1990 - 2000.	204
6. 9. 3. 4. Nollywood, industria cultural: 2001- 2010.	209
6. 9. 3. 5. Internet y distribución online: 2011 - 2018.	214
6. 9. 3. 6. Ayudas institucionales de la producción, distribución y exhibición en la industria cinematográfica nigeriana.	222
6. 9. 3. 7. Perspectiva cultural del cine de Nollywood.	223
6. 10. La explosión digital: nuevos centros de producción similares al modelo de Nollywood.	228

CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS MODELOS DE PRODUCCIÓN DE NIGERIA, INDIA Y ESTADOS UNIDOS

7. RESULTADOS	233
7. 1. Análisis de fuentes documentales.	233
7. 2. Análisis de los datos recogidos a través del trabajo de campo.	236
7. 2. 1. Muestra resultante de informantes.	237
7. 2. 2. Realización de las entrevistas.	239
7. 2. 3. Análisis de las entrevistas.	239
7. 2. 3. 1. Producción cinematográfica en el cine de Nigeria, India y Estados Unidos.	241
7. 2. 3. 2. Distribución cinematográfica en el cine de Nigeria, India y Estados Unidos.	249
7. 2. 3. 3. Exhibición cinematográfica, audiencia y tipología del espectador en el cine de Nigeria; India y Estados Unidos.	252
7. 3. Análisis comparativo de los principales modelos de producción.	255

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES

8.	VERIFICACIÓN / REFUTACIÓN DE LA HIPÓTESIS	271
9.	CONCLUSIONES	275

CAPÍTULO V: FUENTES DOCUMENTALES

BIBLIOGRAFÍA	287
ANEXOS	311
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	379

RESUMEN

LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN EL CONTEXTO AFRICANO: ESTUDIO DE CASO DEL CINE DE NIGERIA, NOLLYWOOD.

Resumen: Esta investigación se ocupa del estudio de la producción cinematográfica en el contexto africano poniendo el foco en la industria del cine nigeriana, denominada Nollywood. Este cine se caracteriza por el estreno directo en vídeo y DVD en sus inicios y cuenta, actualmente, con importantes plataformas VOD de distribución *online*. El estudio del fenómeno ha sido abordado desde una perspectiva cualitativa, mediante el análisis de su modelo de producción, y en comparación con los países líderes en realización de largometrajes, India y Estados Unidos. Los tres modelos, de financiación privada, difieren en su estructura empresarial, vertical y articulada en torno a las *majors* en Estados Unidos, y con una organización horizontal en la India y Nigeria; dónde múltiples agentes intervienen en el mercado. La digitalización del cine les ha afectado de diferente forma, siendo Estados Unidos y Nigeria líderes en el desarrollo de plataformas VOD internacionales, mientras en la India, el proceso de conversión es más lento y afecta principalmente a la distribución. Hollywood mantiene una puja entre los nuevos y los viejos modelos y Nollywood ha orientado su mercado hacia la red. Desde que comenzaron a proliferar estas plataformas, se ha planteado un debate sobre la posibilidad de orientar la creación audiovisual hacia nuevas fórmulas *low cost* orientadas a la distribución digital en múltiples pantallas y dispositivos, y prescindir de la sala de cine como exhibidor principal.

Palabras clave: *Nollywood, producción cinematográfica, Hollywood, distribución online, VOD*

FILM PRODUCTION IN THE AFRICAN CONTEXT: CASE STUDY OF THE CINEMA IN NIGERIA, NOLLYWOOD.

Abstract: *This research deals with the study of film production in the African context by focusing on the Nigerian film industry, called Nollywood. This cinema is characterized by the direct premiere in video and DVD in its beginnings and, currently, has important VOD platforms for online distribution. The study of the phenomenon has been approached from a qualitative perspective, through the analysis of its production model, and it's being compared with the leading countries in the realization of feature films, India and the United States. Those three models, of private financing, differ in their business structure, vertical and articulated around the majors in the United States, and with a horizontal organization in India and Nigeria; where many agents partipates in the market. The digitization of cinema has affected them in different ways, United States and Nigeria leads the development of international VOD platforms, while in India, the digitalization process is slower and mainly affects to distribution. Hollywood maintains a bid between new and old models and Nollywood has oriented its market towards the network. Since these platforms began to proliferate, a debate has arisen about the possibility of a low cost audiovisual creation formulas, aimed at digital distribution in multiple screens and devices, excluding the cinema as the main exhibitor.*

Key Words: *Nollywood, film production, Hollywood, distribution, online*

CAPÍTULO I:

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1. INTRODUCCIÓN: LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN EL CONTEXTO AFRICANO

En 1968, el director de cine Ousmane Sembène rodó *Le Mandat* (Nesle, 1968), la primera película africana en sentido estricto ya que no fue hasta ese año cuando se produjo un **largometraje** verdaderamente africano (escrito, dirigido e interpretado por africanos y en una lengua africana). Algunos autores hablan de títulos egipcios de principios del siglo XX como los primeros ejemplos de cine africano pero en la mayoría de textos sobre historia del cine parece haber un acuerdo en señalar a Sembène como el padre del cine en el continente, ya que su actividad en el área cinematográfica constituye el primer trabajo realizado tras el período colonial.

El cineasta senegalés fue el primero en otorgar una voz propia al continente y se caracterizó por buscar las raíces de sus manifestaciones artísticas en la rica tradición de su propio pueblo. Los poetas, la cultura oral y las imágenes autóctonas son elementos fundamentales de sus obras. A partir de este momento, al amparo de los concluidos procesos de independencia, se generó una industria cinematográfica propia de gran interés. Un ejemplo de ello fue la creación del Festival Panafricano de Cine y Televisión de Burkina Faso (FESPACO) en 1969. A raíz de esta iniciativa, en 1970, se creó la Federación Panafricana de Cineastas con el objetivo de incitar a los gobiernos a tomar medidas de protección y promoción de la actividad cinematográfica y crear un mercado cinematográfico en el continente.

Tras los procesos de independencia el cine tuvo un importante papel y fue el medio de expresión preferido que los africanos escogieron para reflexionar y redefinirse a sí mismos. Es en este contexto donde el cine, como vehículo de expresión artística, política, social y cultural, se convierte en un altavoz para mostrar África a través de los ojos de sus propios cineastas. (El-Tahri, 2010)

Durante el largo período del colonialismo todas las noticias, revistas, documentales y películas de ficción fueron escritas, rodadas y montadas por los poderes coloniales. Las historias relativas a los diferentes países de África que se veían en la gran pantalla eran contadas por occidente. No sólo nos referimos al producto acabado en la pantalla, sino también a la visión de la cámara, la perspectiva del narrador y, sobre todo, a la voz que definía al continente. (El-Tahri, 2010).

La presente investigación se ocupa del estudio del cine en Nigeria, país del área de influencia anglófona, que ha experimentado desde los años noventa una explosión creativa y cinematográfica basada en el uso de las tecnologías digitales de grabación y reproducción, que han generado un mercado de gran relevancia nacional e internacional, posicionándose como segundo productor mundial de películas en los años 2000 y oscilando dentro de los tres primeros puestos a nivel mundial desde entonces hasta el día de hoy.

Sin embargo, no es posible hablar de cine africano sin hacer un repaso al origen del mismo en los países de influencia francófona. Senegal es incuestionablemente el mayor foco de actividad cinematográfica en la época gracias a la labor pionera de Ousmane Sembène. Formado en la escuela de cine de Moscú, tuvo una dura y errática vida laboral en Francia donde, no obstante, inicia su importante carrera literaria y debuta con *Borrom Sarret* (Sembène, 1962), un interesante cortometraje neorrealista rodado en las calles de Dakar en 1962 que inaugura la política de cooperación cinematográfica por parte del gobierno francés. Esta política de apoyo a la actividad cinematográfica en el territorio africano marca grandes diferencias entre los países francófonos y anglófonos dentro de África subsahariana, a pesar de que adecuarse a los requisitos exigidos por el gobierno francés para hacer efectiva la colaboración suponía una considerable pérdida de libertad creativa.

Desde el punto de vista institucional, la temprana y decisiva colaboración francesa se canalizará a través del Ministère de la Coopération (...), que en términos generales contribuía a la realización de películas de los cineastas africanos con fondos, material y ayuda técnica, asegurándose a cambio, los derechos exclusivos de distribución no comercial de las mismas (básicamente en los centros culturales franceses en África o a través de la cinemateca del propio ministerio). (Elena, 1995, p. 361)

Esta fórmula de distribución cinematográfica que se podría definir como un modelo subvencionado aseguraba una producción regular pero impedía la institucionalización de una industria cultural; además de controlar, de forma directa o indirecta, la difusión de determinadas ideologías o mensajes a través de la pantalla e impidiendo que las películas llegasen a los circuitos comerciales internacionales. Este sistema dio lugar a la realización de un amplio catálogo de películas africanas hechas y disfrutadas por africanos pero con tintes amables hacia la metrópolis francesa. “Sin embargo, también se ensayan otras fórmulas de negocio, como la adquisición de películas ya rodadas de forma independiente a cambio de los derechos de distribución, como el caso de *Borrom Sarret*¹ y otros ejemplos coetáneos en Níger o Costa de Marfil.” (Elena, 1995, p. 362)

Aproximadamente el 70% de las películas realizadas en el África francófona entre 1963 y 1975 recibieron asistencia técnica del Ministère de Coopération hasta que se retiró dicho apoyo en 1980 a causa de las presiones de los estados africanos que denunciaban el intervencionismo y dirigismo que había en estas ayudas. El resto de países del continente tuvieron una tímida tradición cinematográfica durante esta época y hasta los años noventa cuando comienzan a proliferar los sistemas de grabación de vídeo digital que permiten abaratar los costes de realización de los productos audiovisuales. (Elena, 1995)

¹ Referencia en la bibliografía: *Borrom Sarret* (Sembéne, 1962)

En el África anglófona, Ghana y Nigeria son los únicos países con actividad cinematográfica antes de 1980. Con sus pantallas inundadas de films norteamericanos (y, en menor medida, indios y de Hong Kong), el África occidental anglófona, encontraría obstáculos similares a los existentes en el área francófona para desarrollar una producción propia, si bien, en este caso, faltaría el estímulo decisivo de la antigua metrópoli. (Elena, 1995, p. 366)

Tras los diferentes procesos de independencia el cine se desarrolla a partir de las infraestructuras del aparato colonial. En Nigeria, las instalaciones de la antigua Colonial Film Unit en Lagos y de la televisión nigeriana (una de las primeras del continente con emisión regular desde 1959), proporcionan una infraestructura mínima para la producción cinematográfica. Sin embargo, la Nigerian Film Corporation no verá la luz hasta 1979 y, de este modo, los primeros pasos han de ser dados por productores independientes.

Uno de ellos es Segun Olusola, director de la televisión estatal, que funda su propia productora (Fedfilms Ltd.) con apoyo de un grupo libanés que controlaba una parte del negocio de la distribución. Olusola produce su primer largometraje en 1970, pero (como en el caso de las producciones de televisión) su realización corre a cargo de un director extranjero. (Elena, 1995)

El segundo gran productor local es Francis Oladele, quien con financiación americana crea la Calpenny Nigeria Ltd., compañía cuyos comienzos son igualmente inciertos (...). La gran sorpresa surge de la mano de Ola Balogun, un brillante graduado del IDHEC parisino a quien debemos la primera película nigeriana rodada en una lengua autóctona, *Amadi*²

² Referencia en la bibliografía: *Amadi* (Balogun, 1975)

(1975), pero sobre todo la influyente *Ajani-Ogun*³ (1976), una comedia musical inspirada en el teatro yoruba tradicional, que descubre un filón transitado posteriormente por otros muchos realizadores nigerianos (Ade Love, Babu Sala, Hubert Ogunde). Probablemente el mayor éxito comercial de toda la historia del cine africano, *Ajani-Ogun* define las coordenadas de un cine genuinamente popular y revela a Balogun como el más importante cineasta del África anglófona. (Elena, 1995, p. 368)

Los géneros, la temática y la forma de producir cine en Nigeria están íntimamente relacionados con las características que conforman el clima geopolítico del país. De esta forma, los principales sectores de población que conforman Nigeria están divididos en los grupos etnolingüísticos yoruba, igbo y hausa, y en relación a esta segmentación se articulan diferentes centros de producción cinematográfica ubicados en los puntos geográficos de mayor concentración de estos grupos.

La necesidad de una voz propia y la creación de un imaginario audiovisual autóctono hizo de los primeros años, al abrigo de las nuevas naciones independizadas, un momento muy prolífico e interesante para la cinematografía del continente. Sin embargo, la difusión del cine africano en el resto del mundo ha sido siempre escasa y condicionada a una representación de festivales internacionales, siendo contadas las ocasiones en las que películas africanas han llegado a las pantallas de las salas de cine comerciales fuera de sus fronteras.

Esta situación ha ido cambiando desde la aparición del vídeo digital a partir de los años noventa y, años más tarde, con el acceso a Internet. Estas revoluciones tecnológicas han contribuido a difuminar las fronteras entre los distribuidores y los exhibidores.

³ Referencia en la bibliografía: *Ogun Ajan* (Balogun, 1976)

En este contexto se desarrolla la nueva industria cinematográfica de Nigeria, Nollywood ⁴, de cuyo estudio nos ocuparemos en esta investigación.

Para concluir la introducción al tema expuesto, se indican a continuación algunas apreciaciones relativas a la escritura y sistema de citación de fuentes documentales que se ha seguido durante la elaboración del texto:

- Las normas de citación se corresponden con el formato APA 2018. En este sentido cabe destacar que en los casos en los que no ha sido posible seguir la normativa, sobre todo, en la forma de citación indicada para la referencia de películas al estar recogidos algunos títulos dentro de citas textuales, se ha indicado la referencia en la bibliografía en formato APA con una nota a pie de página para facilitar la localización de la misma.
- En la mayoría de casos se ha recurrido al uso del masculino como denominador genérico con el objetivo de agilizar la lectura del texto.
- Se ha priorizado la citación de autores mediante un solo apellido para mantener la mayor coherencia posible dado el elevado número de autores anglosajones. No obstante, se ha mantenido la citación de algunos autores con dos apellidos cuando el primer apellido resulta genérico o cuando es la citación habitual de los mismos. (Por ejemplo, Cea D´Ancona, Báez y Pérez de Tudela o Hernández Sampieri)
- Las citas en inglés incluidas en el texto han sido traducidas por la autora. La traducción se muestra en las notas a pie de página en cursiva.

⁴ Nollywood es el término con el que coloquialmente se designan las películas producidas en Nigeria a partir de 1992 y que responden a un género concreto caracterizado por una producción con presupuestos bajos y una rápida grabación, edición y difusión. El término fue acuñado por primera vez por Norimitsu Onishi en un artículo en el NY Times el 16 de Septiembre de 2002. A pesar de esta cita, el término ya circulaba en los mercados de películas de Lagos en aquella época. Recuperado en:

<http://www.nytimes.com/2002/09/16/world/step-aside-la-and-bombay-for-nollywood.html>

2. OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio de la presente investigación consiste en un análisis del modelo de producción y de negocio sobre el que se desarrolla la industria cinematográfica de Nigeria, denominada Nollywood. Dicha industria se define por una serie de características entre las que destacan una extensa producción de películas, realizadas inicialmente con bajos presupuestos en tiempos muy reducidos y distribuidas principalmente en copias físicas que se venden en los mercados del país. Este modelo se ha visto modificado y renovado al compás de la convergencia mediática y los cambios estructurales que el acceso a Internet y la distribución *online* han supuesto para el sector, igual que ha sucedido en el resto de cinematografías mundiales.

Las películas de Nollywood comienzan a realizarse en los años noventa a partir de la introducción del video digital. Las primeras muestras de este tipo de películas son realizadas y puestas en circulación por los vendedores de aparatos electrónicos de DVD y CVD que querían agregar un componente novedoso a sus productos. Ésta fórmula de producción comienza a extenderse en una escala de progresión desorbitada que llega a superar los dos mil títulos anuales durante alguno de los períodos analizados desde sus inicios en 1992. Nollywood surge como un mercado sumergido que, en el margen de unos veinte años, ha llegado a ser un importante indicador del PIB de Nigeria. Este proceso de conversión de un mercado informal a una industria cultural contribuye a la caracterización de este peculiar modelo de producción cinematográfica que conforma el objeto de estudio propuesto.

A través de esta investigación se plantea un recorrido por todos los factores que definen el cine de Nollywood y su modo de producción en yuxtaposición a los otros dos modelos principales a nivel mundial: Hollywood (Estados Unidos) y Bollywood (India). También se toman en consideración otras factorías de cine periféricas surgidas principalmente a partir de la introducción de las tecnologías digitales como Ghana o Uganda, entre otros.

Desde el punto de vista de los objetivos de una investigación, estudiar y definir un modelo de producción cinematográfico concreto para poder conformar una descripción precisa del fenómeno supone realizar un recorrido por las siguientes variables: financiación, producción, principales productores, géneros y estética, distribución interior y exterior, audiencia y progresión en el tiempo.

De esta forma, y dado nuestro objeto de estudio, analizaremos la producción cinematográfica de Nigeria, conocida como Nollywood, explorando las siguientes dimensiones conceptuales:

- **Dimensión sociodemográfica:** Nigeria es el país más poblado de África con aproximadamente 193 millones de habitantes⁵. Dicha población se configura en diferentes grupos etnolingüísticos de los cuáles los mayoritarios son los igbo, hausa, yoruba y fula, con sus lenguas propias. Este conglomerado cultural tiene como resultado, en el plano cinematográfico, que muchas de las películas producidas en Nollywood son interpretadas en dichas lenguas y, esta cuestión, unida a la gran densidad de población del país, garantiza un exhaustivo consumo de los productos cinematográficos nigerianos.

- **Dimensión financiera:** Al hablar de Nollywood, se puede afirmar que, en el plano financiero, el incremento consecutivo de la producción cinematográfica, ha pasado de articularse como un mercado informal a un sector especializado apoyado por políticas gubernamentales e inversión privada, nacional e internacional.

⁵ Fuente: Demographic Statistics Bulletin 2017, National Bureau of Statistics of Nigeria. Población total: 193,392,517 millones de personas. Recuperado el 6 de junio de 2018 en: www.nigerianstat.gov.ng

- **Dimensión técnica:** el inicio de Nollywood está marcado por la llegada del vídeo digital en los años noventa y es una variable de gran importancia ya que no habría sido posible el desarrollo de la industria que nos ocupa sin este parámetro.

Otra gran variable a tener en cuenta dentro de la dimensión técnica de la industria es la penetración de Internet que durante los últimos diez años se ha utilizado como canal de distribución llevando las producciones de Nigeria más allá de sus fronteras.

- **Dimensión artística:** la peculiar estética del cine nigeriano así como sus contenidos no podrían entenderse sin la influencia del teatro yoruba ni la tradición narrativa africana. La carencia de medios convierte estas producciones en un contenido audiovisual que, quizás, plantea dudas en su definición como cine desde el punto de vista más clásico y académico. Pero la extensa producción y acogida de estas películas por parte del público ratifican la necesidad de contar historias propias con otras tipologías de narrativa audiovisual, así como con una estética e imagen muy alejada de las películas que lideran las cuotas de pantalla del mundo.

3. OBJETIVOS

Una vez definido el objeto de estudio, se plantean a continuación los objetivos principales y secundarios de la investigación. Dichos objetivos han sido proyectados para que, a través de la consecución de los mismos, se obtenga un amplio conocimiento del fenómeno que se sitúa en el centro de la investigación, así como el contexto en el que se ha desarrollado y su evolución histórica.

De esta forma, los **objetivos principales** de la investigación son:

- Conocer y entender el fenómeno de Nollywood en profundidad.
- Definir las principales características del cine de Nollywood en relación a su modelo de negocio, producción, distribución y exhibición.
- Conocer y explorar las circunstancias que han hecho posible el inicio, desarrollo y afianzamiento de Nigeria como segundo productor de películas a nivel mundial.

A partir de estos objetivos principales, extraemos los **objetivos secundarios**:

- Explorar la situación actual del cine en África desde el punto de vista de la producción a partir del estudio del caso concreto de Nigeria.
- Entender el papel que tiene Nollywood en la historia de la producción audiovisual y qué aporta este modelo.
- Conocer el valor de Nollywood en la historia del cine africano.
- Describir el modelo de producción de Nollywood en comparación con los otros dos principales centros de producción cinematográfica: Bollywood (India) y Hollywood (EE.UU.).

- Explorar de forma panorámica los principales modelos de producción en las principales áreas de realización cinematográfica del mundo.

4. HIPÓTESIS

El cine de Nollywood es un fenómeno, que desde sus inicios a principios de los años noventa, no ha hecho más que consolidarse y crecer de manera exponencial. En 1992 el estreno de *Living in Bondage* (Nnebue, 1992), considerada por la mayoría de autores y estudios sobre el tema como la primera película del estilo Nollywood, marca el inicio de un nuevo modelo de producción que situará a Nigeria como una de las principales factorías cinematográficas a nivel mundial llegando, en algunos períodos, a superar los dos mil títulos anuales en el plazo de apenas veinte años.

¿Cómo ha sido posible este fenómeno y que características han hecho posible este desarrollo?

El estudio de Nollywood se inicia partiendo de varias hipótesis que se irán contrastando a través de esta investigación. Este fenómeno se asienta y ha sido posible debido a los siguientes factores que explicarían la extensa producción de Nigeria que se ha situado entre los tres principales productores cinematográficos del mundo:

- **Factores técnicos:** La facilitación y democratización tecnológica a través de la llegada del vídeo doméstico y la cámara digital a finales de los años ochenta.
- **Factor demográfico:** Siendo el país más poblado de África, Nigeria tiene una población aproximada de 193 millones⁶ de personas que aseguran un índice de consumo regular de la producción cinematográfica.

⁶ Fuente: Demographic Statistics Bulletin 2017, National Bureau of Statistics of Nigeria. Población total: 193,392,517 millones de personas. Recuperado el 6 de junio de 2018 en: www.nigerianstat.gov.ng

- **Factor artístico:** Dentro de la dimensión artística y de contenido de los productos audiovisuales africanos, también es considerada como una clave y pieza fundamental la patente necesidad del cine africano de reclamar un espacio para contar historias propias.
- **Factor social:** los hábitos de ocio, la concepción familiar nigeriana y la ausencia de seguridad en todo el país, especialmente durante los años ochenta y noventa, han llevado a los nigerianos a alejarse de las salas de cine en esta época, así como de las películas americanas y extranjeras sólo exhibidas en estos cines.

Por lo tanto, las hipótesis de partida que se plantean contendrían las consiguientes hipótesis secundarias que se verificarán o refutarán tomando como base el análisis de la información obtenida conforme al planteamiento metodológico seleccionado.

El cine producido en Nigeria a partir de los años noventa, conocido como Nollywood, ha tenido un inicio y un desarrollo que ha sido posible debido a:

H1. La introducción del vídeo digital.

H2. Las condiciones sociodemográficas que caracterizan Nigeria como el país africano con mayor número de habitantes.

H3. La exploración artística para la generación de contenidos audiovisuales que satisfagan a los espectadores que demandan productos audiovisuales de creación propia.

H4. El paulatino cierre de salas de cine debido a la falta de interés por las películas exhibidas (en su mayoría extranjeras) y a la peligrosidad de los principales centros urbanos del país que condujeron a una búsqueda de fórmulas de ocio alternativas y nuevos hábitos de consumo audiovisual.

5. METODOLOGÍA

El planteamiento metodológico de la presente investigación se sustenta en tres líneas fundamentales para dar respuesta a los objetivos planteados y contrastar los puntos que articulan la hipótesis. Dichas líneas comprenden el estudio de fuentes documentales, entrevistas en profundidad y un análisis comparativo de los modelos de producción de los principales países productores de películas a nivel mundial.

El estudio está centrado en el cine como industria cultural y en las diferentes dimensiones que definen y conforman el modelo de producción y el modelo del negocio cinematográfico a través del estudio del caso concreto del fenómeno del vídeo digital en Nigeria, conocido como Nollywood.

La aproximación metodológica se basa en un planteamiento descriptivo con el que se pretende abordar y conocer en profundidad el inicio, desarrollo y situación actual del cine de Nollywood.

Para desarrollar el tema propuesto se ha considerado necesario comenzar estableciendo una definición de la industria del cine según los diferentes procesos que intervienen en el negocio cinematográfico. Estos conceptos conformarán el marco teórico sobre el que se asienta la investigación y darán lugar a la selección de las variables de análisis pertinentes para elaborar el recorrido por los principales modelos de producción cinematográficos a nivel mundial.

En el marco contextual se abordará la historia de la producción audiovisual desde los primeros pasos del cine hasta nuestros días teniendo en consideración los principales hitos históricos que contribuyeron a cambiar la forma de hacer y comercializar el cine transformando la industria cinematográfica.

A partir de esta información y tomando estas transformaciones como sustrato principal serán analizados en profundidad los modelos de producción correspondientes a las industrias de Estados Unidos y la India, denominadas Hollywood ⁷ y Bollywood ⁸ respectivamente.

En los siguientes capítulos, se tratará de forma panorámica la historia de la producción cinematográfica en el continente africano para desgranar el caso concreto del cine nigeriano y el fenómeno de Nollywood. Seguidamente, se realizará un análisis comparativo de los tres modelos de producción mencionados que se corresponden con los tres mayores índices de producción cinematográfica a nivel mundial.

Como ya se ha avanzado, la metodología escogida para desarrollar estos contenidos está centrada en tres líneas principales: el estudio de fuentes documentales, la entrevista en profundidad y el análisis comparativo de los datos recopilados. La aproximación metodológica seleccionada tiene su fundamento en las teorías y planteamientos metodológicos cualitativos, así como en una búsqueda sistemática de fuentes documentales que aportan también información cualitativa sobre el fenómeno y datos cuantitativos que serán básicos en la parte de la investigación dedicada al análisis de los modelos de producción.

⁷ Hollywood es el término comúnmente utilizado para denominar a la industria cinematográfica radicada en Estados Unidos. El origen del término se encuentra en la zona geográfica de California a la que se trasladaron numerosos cineastas y productores que escapaban de Nueva York y Nueva Jersey tras la “guerra de patentes”, instalándose en las colinas de Hollywood. (Memba, 2008, p.50)

⁸ El origen del término Bollywood proviene de un juego de palabras entre Hollywood y la ciudad india de Bombay, dónde se encontraban la mayoría de empresas cinematográficas del país en los años 70. Según ella misma declara, fue acuñado en 1978 por la periodista Bevina Collado y el cineasta Amit Khanna.

La selección de una metodología principalmente cualitativa responde al criterio recogido por Báez y Pérez de Tudela (2009, p. 25) en dónde expone que “esta metodología se hace conveniente cuando se desea conocer las razones por las que los individuos (aisladamente o en grupos: consumidores, empleados, sectores de actividad...) actúan de la forma en la que actúan” o para acceder a la opinión que tienen de un determinado fenómeno sincrónico o diacrónico.

En la concepción de la metodología, se ha valorado la pertinencia de la misma atendiendo a investigaciones que utilizan planteamientos similares para el estudio de procesos relacionados con la industria cinematográfica: en la tesis doctoral presentada por Izquierdo (2007), que también aborda la cuestión mediante entrevistas con expertos, y en el estudio de Passchier (2014) que realiza una aproximación a la historia del cine de Nollywood desde la teoría fílmica y utilizando una completa revisión de fuentes documentales secundarias.

5. 1. ESTUDIO DE FUENTES DOCUMENTALES

La obligada revisión de fuentes documentales sobre el tema que conforma el objeto de estudio seleccionado es siempre la primera aproximación conceptual y metodológica para abordar una investigación. De esta forma, obtendremos una primera aproximación al tema a través de las múltiples perspectivas con las que lo han tratado otros autores, se podrá valorar la pertinencia del mismo a partir de la cantidad de información disponible y también se podrá determinar qué técnicas o estrategias metodológicas deberán ser aplicadas para extraer los datos necesarios en nuestro estudio.

“Una estrategia básica de investigación consiste en acudir a archivos de datos y a fuentes bibliográficas en busca de información, que otros autores han reunido, concerniente al problema de estudio.” (Cea D’Ancona, 2001, p. 219). El estudio de las películas de Nollywood, su sistema o modelo de producción y sus características específicas son temas de investigación ampliamente tratados desde diferentes ángulos dentro del campo de la teoría fílmica, la comunicación y la producción audiovisual.

Efectuar un recorrido analítico por las diferentes publicaciones que se centran en este tema aportará una extensa visión que permitirá desarrollar el estado de la cuestión de la producción audiovisual en el caso concreto del territorio nigeriano y en los otros centros de producción seleccionados para efectuar un análisis comparativo.

“La información *secundaria* engloba tanto datos “brutos”, elaborados por distintos organismos (públicos o privados) para sus propios propósitos, como los proporcionados y analizados en distintas publicaciones.” (Cea D’Ancona, 2001, p. 222).

A continuación analizaremos los distintos tipos de fuentes secundarias utilizadas para elaborar la investigación.

5. 1. 1. Tipos de fuentes.

Las fuentes documentales analizadas en la presente investigación son de diferentes tipologías y orígenes. En el *corpus* teórico se han utilizado libros, artículos científicos, documentos electrónicos, informes estadísticos y tesis doctorales.

Según Cea D´Ancona (2001), las fuentes de información secundaria pueden dividirse en cuatro tipos:

1. Datos no publicados, elaborados por organismos públicos y privados relativos a su actuación.
2. Datos publicados por organismos públicos y privados: estadísticas e informes.
3. Investigaciones publicadas en libros y revistas.
4. Investigaciones no publicadas.

Las fuentes secundarias utilizadas a lo largo de esta investigación pertenecen a las categorías de **datos publicados** e **investigaciones publicadas**.

5. 1. 2. Procedencia de las fuentes.

Las fuentes documentales que sirven de base para establecer el marco teórico y el contenido relativo a las cinematografías mundiales y en el estudio del caso concreto del cine de Nigeria tienen diferentes lugares de procedencia.

De esta forma, la búsqueda de los datos necesarios para abordar el objeto de estudio se pueden clasificar a partir de las siguientes tipologías establecidas de datos e investigaciones publicadas atendiendo al criterio enunciado por Cea D´Ancona (2001):

- Libros y publicaciones especializadas.
- Textos científicos especializados procedentes de universidades nacionales y extranjeras.
- Tesis doctorales
- Artículos de revistas especializadas.
- Artículos de prensa generalista y especializada.
- Páginas web.
- Datos estadísticos procedentes de fuentes oficiales.

5. 2. TRABAJO DE CAMPO: ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA.

La metodología seleccionada para llevar a cabo el trabajo de campo se centra en la entrevista por la capacidad que presenta esta técnica de conseguir información detallada del fenómeno a estudiar y por la posibilidad de recoger los diferentes puntos de vista que tienen sobre la materia los expertos seleccionados para su realización.

La entrevista es una técnica de investigación cualitativa y tal como señalan Benney y Hughes (1956), es "la herramienta de excavar favorita de un gran ejército de sociólogos" para adquirir conocimientos sobre la vida social. "En términos generales, los estudios cualitativos involucran la recolección de datos utilizando técnicas que no pretenden medir ni asociar las mediciones con números (...)". (Hernández Samiperi, 2004 p.15)

La entrevista es una técnica de investigación intensiva que se utiliza para profundizar en aquellos aspectos más teóricos y globales que constituyen el discurso especializado (ideológico y profesional) sobre un tema y los fundamentos en que éste se apoya. (Báez y Pérez de Tudela, 2009, p. 95)

La selección de la entrevista sobre otras técnicas de investigación social tiene su origen, en el caso concreto de esta investigación, en la posibilidad de indagar sobre las particulares visiones que los profesionales relacionados con el campo de estudio pueden aportar sobre el mismo. Esta técnica permite sistematizar la recogida de información a la vez que también permite disponer de una gran flexibilidad en el discurso del entrevistado, que puede aportar información general y detallada del fenómeno sobre el que es cuestionado.

Una de las grandes diferencias entre la práctica de la entrevista en la investigación social y otras modalidades de conocimiento reside tanto en su aplicación más o menos formal y sistemática, como en su capacidad para indagar en procesos sociales o llegar a conclusiones generales guiadas teóricamente a través de las valoraciones, representaciones y vivencias individuales. Mediante la entrevista, el investigador social enmarca histórica y socialmente las experiencias personales de sus entrevistados y busca comprender los procesos sociales que subyacen a las valoraciones e interpretaciones subjetivas individuales. En este proceso, el investigador social no ignora además el hecho de que el propio contexto de investigación es parte de la estructura social y comunicativa que produce e incita estas mismas valoraciones. (Gordo López y Serrano Pascual, 2008, p. 132)

La investigación cualitativa pone énfasis en la medición objetiva y la recogida de información estructurada y sistemática, haciendo un análisis estadístico de los datos. Basa su sistema de recogida de información en procesos flexibles e interactivos y en análisis interpretativos de los resultados, discursos, acciones y estructuras latentes. (Cea D'Ancona, 2001).

Pueden diferenciarse dos entrevistas entre las más utilizadas:

- La denominada entrevista en profundidad, en la que se trabaja con indicaciones de carácter genérico sobre lo que se busca y será la propia dinámica de la entrevista la que haga emerger los temas (estudios exploratorios).
- La denominada entrevista semiestructurada, en la que se trabaja con unos contenidos y un orden preestablecido, dejando abierta la gama de posiciones que desee manifestar el entrevistado.

(Báez y Pérez de Tudela, 2009, p. 97)

Se ha determinado que para el caso de estudio propuesto sobre modelos de producción el tipo de entrevista seleccionada se corresponde con una **entrevista semiestructurada** con la finalidad de recabar información significativa para obtener un amplio conocimiento sobre el campo de la producción cinematográfica. La producción cinematográfica es un tema amplio que podría dar lugar a una dispersión de contenido escapando de la concreción. Por este motivo, la entrevista semiestructurada representa el método de investigación idóneo ya que explora diferentes bloques de contenido concretos, pero a su vez, permite que cada uno de los profesionales entrevistados aporten los matices y visiones personales sobre los fenómenos estudiados y añade valor a la información recogida.

“En general, la entrevista abierta es aquella que no está prefijada mediante un cuestionario cerrado y que se aplica a un número más bien reducido de sujetos, de modo que no requiere una selección muestral previa de corte estadístico.” (Gaitán y Piñuel, 1998, p. 89)

Lo que sí requiere esta técnica de investigación es amplitud y flexibilidad en la muestra de informantes seleccionados para que, no necesitando una definición del universo a estudiar, si resulte suficientemente atractiva y variada para explicar el objeto de estudio a través de la recogida de información cualitativa.

5. 2. 1. Selección de informantes.

La selección de informantes para la realización del trabajo de campo requiere de la elaboración de una muestra que sea representativa del sector investigado y aporte una visión general del estado de la cuestión. A su vez, las especiales características o experiencia de cada informante debe admitir la recogida de información cualitativa que permita profundizar en los datos recogidos en la fase previa de estudio de fuentes documentales y explorar los diferentes matices aportados por cada entrevistado.

La entrevista abierta se aplica preferentemente a personas que pertenecen al grupo de sujetos informados, es decir, a aquellos que poseen un conocimiento acerca del referente investigado.

La inaplicabilidad de la observación por el investigador de determinados procesos o eventos, por ejemplo, los pertenecientes al pasado o los reservados a unos pocos, hacen relevantes las descripciones verbales o escritas de los sujetos que han tenido la oportunidad de vivirlos, cuando no de protagonizarlos, y que pueden o han podido transmitir memoria de los mismos. (Gaitán y Piñuel, 1998, p. 89)

La selección de informantes debe basarse en la consecución de un amplio panel de estudio sobre el objeto de investigación que se nutra de información cualitativa y contrastable donde dichos informantes, a pesar de su común relación con el caso de estudio, ofrezcan opiniones suficientemente diversas como para obtener una comprensión lo más completa posible del objeto de estudio.

Para conseguir este propósito se han escogido informantes pertenecientes a diferentes campos profesionales. Este hecho les ha permitido relatar su experiencia, profesional o académica, en relación al objeto de estudio bien por su relación y participación de forma profesional, bien por su trabajo en el campo de la investigación.

Dada la naturaleza de esta investigación, se ha realizado una selección de profesionales siguiendo un criterio de adecuación al objeto de estudio a través de las siguientes conexiones:

- Adecuación del informante al objeto de estudio mediante una relación profesional o académica con el mismo.

- Adecuación del informante al objeto de estudio mediante la variable geográfica. Así, se han seleccionado informantes de los tres países de estudio: Estados Unidos, India y Nigeria.
- Por último, se han seleccionado informantes siguiendo un criterio de actualidad en su relación con el objeto de estudio por encontrarse en activo en el momento de la entrevista realizada o por haber realizado investigaciones al respecto de forma reciente.

5. 2. 2. Guía y diseño de la entrevista.

Las entrevistas, como técnica de investigación social, se pueden clasificar en varias tipologías y cada una de ellas exige una preparación diferente de la misma, del terreno y del abordaje a los informantes. Como se ha explicado con anterioridad, el método seleccionado por su capacidad de indagación en el objeto de estudio es la **entrevista semiestructurada**. Esta técnica permite la recogida de información cualitativa a través de un diseño flexible de la investigación.

La entrevista semiestructurada o clínica está basada en un repertorio de preguntas que a modo de guía, organizan la parte de la interacción, aunque en el curso de la investigación pueden añadirse otras, incluso eliminarse algunas de ellas. En cualquier caso, no se presentan al entrevistado, respuestas u opciones que éste pueda elegir. De ahí su carácter semiestructurado, pues se trata de un cuestionario abierto, de respuesta libre y de preguntas no absolutamente predeterminadas, aunque con un guión preestablecido. (Gaitán y Piñuel, 1998, p. 95)

El guion de la entrevista no es un protocolo estructurado, actúa como una lista de cuestiones o temas que deben ser explorados para asegurar que la información recogida será adecuada respecto a los objetivos marcados en la misma.

Tal y como se recoge en el capítulo dedicado al marco teórico, se define la industria cinematográfica como el conjunto de tres procesos principales: producción, distribución y exhibición. Tomando estos conceptos como referencia para el análisis posterior se ha elaborado un guion de entrevista que, en correlación a los objetivos planteados en la investigación y dada la hipótesis de partida, se articula en diferentes bloques de contenido con el objetivo de que cada persona entrevistada, según su particular visión y experiencia, pueda realizar un recorrido por el modelo de producción cinematográfico concreto sobre el que es cuestionado, si perder el foco en el fenómeno de Nollywood como base para establecer la comparativa de los datos obtenidos.

Debido a la dispersión geográfica y experiencial de los informantes consultados, se han adecuado diferentes entrevistas con el objetivo de extraer el máximo contenido de cada entrevista. Respondiendo a los comunes bloques conceptuales para sistematizar la recogida homogénea de información y aprovechar al máximo el valor añadido de cada informante, se han resuelto las diversas entrevistas⁹ a partir del siguiente guion:

⁹ Ver Anexo 1. En el anexo se muestran las transcripciones de las diferentes entrevistas desarrolladas para cada sección de informantes según su experiencia y distribución geográfica.

GUIÓN DE LAS ENTREVISTAS

BLOQUE 1: PRODUCCIÓN

1. Definición del modelo de producción concreto.
2. Aspectos relevantes y características principales.
3. Factores que han contribuido a su desarrollo y/o afianzamiento.
4. Análisis del modelo de producción concreto en relación al período de estudio seleccionado.

BLOQUE 2: ESTILO Y ESTÉTICA

1. Influencias principales.
2. Antecedentes.

BLOQUE 3: DISTRIBUCIÓN

1. Modelo de distribución principal y modelos de distribución secundarios.
2. Influencia de internet en los modelos de distribución.
3. El cine online.

BLOQUE 4: EXHIBICIÓN, AUDIENCIA Y TIPOLOGÍA DEL ESPECTADOR

1. Modelo de exhibición.
2. Audiencia.
3. Tipología del espectador.
4. Ocio y cultura audiovisual.

BLOQUE 5: ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS TRES MODELOS OBJETO DE ESTUDIO: NOLLYWOOD, BOLLYWOOD Y HOLLYWOOD.

1. Diferencias y similitudes principales entre los diferentes modelos de producción.
2. Situación actual y previsión de futuro.

5. 3. PANEL COMPARATIVO DE LOS MODELOS DE PRODUCCIÓN DE LOS TRES PAÍSES PRINCIPALES PRODUCTORES DE PELÍCULAS.

La tercera parte del planteamiento metodológico viene determinada por la realización de un análisis comparativo de los modelos de producción de Nollywood en contraposición a los modelos de producción cinematográficos de los principales países productores de películas a nivel mundial.

5. 3. 1. Selección del período de estudio.

Nigeria, India y Estados Unidos son los países con mayor número de largometrajes realizados anualmente. Estos tres países líderes en la producción de cine serán analizados en virtud de una serie de variables que harán factible la extracción de conclusiones sobre el desarrollo e índices de producción de sus respectivas industrias cinematográficas.

En la primera década de los años 2000, Nigeria pasó a ser el segundo productor de películas adelantando a la industria americana principalmente representada por el centro de producción de Hollywood y por detrás de la India, que ha ostentado la primera posición como primer país productor de películas desde la década de los años setenta. A partir este momento empezó a despertar un gran interés internacional en torno a su producción cinematográfica. Dicho interés también se trasladó al ámbito académico y comenzaron a proliferar los estudios e investigaciones sobre el tema en centros de diferente índole y ámbito geográfico. Gaitán y Piñuel (1998, p.25) exponen cómo en las etapas iniciales para abordar una investigación “según los objetivos dominantes del estudio (...), se elige el objeto de estudio como unidad fenomenológicamente distinguible de otras (similares y no similares) e integrada estructural y funcionalmente en un universo.”

Para poder tratar el entorno cinematográfico de Nollywood como un fenómeno autónomo, investigable y cuantificable se ha seleccionado un período de estudio en el que las principales transformaciones industriales derivadas de los conceptos recogidos en el marco teórico, tales como el vídeo digital y el cine en Internet o cine *online*, fuesen procesos asentados en el país objeto de estudio, así como en los otros dos casos que contempla la muestra.

Para delimitar el período de estudio seleccionado, también se ha tomado en consideración la viabilidad del mismo a través de las fuentes de información secundarias disponibles en relación a la fiabilidad y calidad de las mismas.

Por ello, el período de estudio resultante en el que se centra el objeto de estudio se sitúa entre el año 1995 y el año 2015 debido a la posibilidad de entender la evolución de este sector en relación a la reconversión digital ocurrida entre los años noventa y principios de los 2000, así como en la segunda década del nuevo siglo, a partir del año 2010, cuando se desarrolla e internacionaliza la distribución digital y se inicia la actividad de las plataformas de VOD en un contexto de convergencia mediática que llega hasta nuestros días.

5. 3. 2. Selección de variables de análisis.

La industria cinematográfica se define en función de tres procesos: producción, distribución y exhibición. Siguiendo estas pautas, se han seleccionado una serie de variables de medición que permitirán establecer los rangos en el análisis comparativo de los modelos de producción de Nigeria, India y Estados Unidos. Las variables resultantes se han considerado en función dichos procesos y en relación a la viabilidad de los datos para definir los modelos de producción de forma concreta y alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

De esta forma, las variables de estudio seleccionadas para elaborar una comparación pormenorizada de los tres modelos de producción propuestos son las siguientes:

- **Producción:** trayectoria de la producción para el período seleccionado.
- **Distribución:** tipos y canales de distribución.
- **Exhibición:** Número de pantallas disponibles en el período seleccionado.
- **Organización industrial:** estructura del tejido empresarial predominante.
- **Valoración económica del sector:** aproximación numérica a la realidad financiera de cada entorno.
- **Perfil tecnológico del sector:** nivel de digitalización de cada contexto según sus modelos de negocio principales.
- **Ventanas de exhibición:** métodos principales de retorno de la inversión cinematográfica.
- **Perfil del espectador:** aproximación a los hábitos de consumo y audiencias principales.
- **Áreas geográficas de influencia:** contextos propicios para la comercialización y extensión de la actividad cinematográfica de cada entorno.

5. 4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Atendiendo al análisis de resultados se distinguen tres partes diferenciadas que, según la metodología propuesta, se desarrollan de la siguiente manera:

- En la primera parte se analizarán las diferentes fuentes documentales que servirán para la elaboración del marco teórico y el recorrido por las diferentes cinematografías del mundo bajo una perspectiva histórica y de transformación industrial.
- En la segunda parte se abordarán las entrevistas con expertos con el objetivo de contrastar y analizar la información adquirida en la primera parte de estudio de fuentes documentales, así como de valorar las nuevas perspectivas y datos aportados por las entrevistas realizadas.
- La tercera parte de la metodología se establece en torno al planteamiento de un panel comparativo de los modelos de producción seleccionados donde se trabajará con los datos obtenidos a partir de la selección de las diferentes variables y el período de estudio. Los datos necesarios para establecer dicho estudio comparativo tienen una procedencia mixta: el estudio de fuentes documentales de la primera parte, a partir de los datos obtenido en las entrevistas tratados como fuentes primarias y, por último, a partir de la búsqueda de información cuantitativa procedente de bases de datos especializadas.

CAPÍTULO II:

**LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA,
PRINCIPALES MODELOS DE PRODUCCIÓN,
EL CONTEXTO AFRICANO Y
EL CINE DE NIGERIA, NOLLYWOOD**

6. ESTADO DE LA CUESTIÓN

6. 1. INTRODUCCIÓN: LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

La historia ha demostrado que el cine ha sido siempre una industria difícil de definir. Las inversiones cinematográficas nunca se han presentado como hechos seguros, no hay fórmulas matemáticas y son un negocio asediado por el riesgo. “En su núcleo, cualquier inversión cinematográfica es especulativa, de alto riesgo y está a merced del consumidor.” (Squire, 2006, p. 22)

Entonces, ¿por qué existe la industria cinematográfica? La respuesta a esta cuestión es muy sencilla: el cine es arte y ya desde los albores del negocio, aunque siempre han existido relatos de pérdidas astronómicas, también los beneficios han sido cuantiosos.

Una película es un artículo extremadamente perecedero. Vive y tiene valor mientras esté en la mente de la gente o en su marco de referencia. La percepción que el público tiene del valor de una película decrece a medida que el acceso a ella aumenta y a medida que envejece. Una película de éxito puede permanecer en exhibición cinematográfica durante seis meses o más, pero un fracaso puede desaparecer de las pantallas de los cines en dos fines de semana, mientras un público impaciente pasa a la “próxima gran sensación”. (Squire, 2006, p. 22)

El cine es el negocio del riesgo y la industria de los “sueños”, ya que el producto que comercializa no es algo tangible en sí mismo. El valor de una película radica en la significación y en la dialéctica que mantiene con el espectador, así como en el consumo simbólico y real que existe en el acto de visualizarla.

El cine vende un espectáculo, un rato de ocio y la experiencia de disfrutar de un relato en imágenes. “En ninguna otra industria se crea íntegramente un único producto con una inversión de decenas de millones de dólares, sin tener ninguna seguridad real de que el público vaya a comprarlo.” (Squire, 2006, p. 24)

No hay métodos que proporcionen seguridad en la transacción. Existen muchos casos de grandes producciones que han resultado un tremendo fracaso en taquilla y, en el caso contrario, producciones muy modestas que han derivado en unos beneficios no esperados ante la inversión inicial del producto. No sólo un criterio de calidad o de buena praxis lleva a una película a ser consumida por millones de espectadores.

Como industria, el cine tiene una ligadura inquebrantable con la vertiente artística del medio y “así, puede afirmarse que en ninguna de las otras actividades económico-industriales se dan tan radicalmente unidos e interdependientes, como en la cinematografía, aquellos factores: el económico-industrial y el artístico”. (Cuevas, 1999, p. 39)

Como cualquier otra industria, el cine existe para ganar dinero. Se pueden hacer comparaciones lejanas con otras industrias: la producción engloba la investigación, el desarrollo y la fabricación, mientras que la distribución puede compararse con la venta al por mayor y la exhibición con la venta al por menor. (Squire, 2006, p. 23)

Desde el inicio de la actividad cinematográfica hasta nuestros días, al igual que ha ocurrido en cualquier sector industrial, las transformaciones económicas, políticas, sociales y tecnológicas han ido configurando nuevos espacios y modelos de negocio.

Considerada industrialmente, la cinematografía constituye un sistema económico complejo, (...), y la misión de la economía cinematográfica es contemplar detenidamente cada uno de estos elementos por separado, estudiar sus relaciones y sus dependencias, y determinar finalmente cuáles son las condiciones necesarias para mantener el sistema de equilibrio. (Cuevas, 1999, p. 41)

A partir de los elementos que señala Cuevas (1999), se observa cómo el ecosistema cinematográfico está formado por los tres sectores clásicos de todo proceso económico: producción, distribución comercial y consumo. En este caso concreto, hablamos de producción para definir la realización del producto película, distribución para hacerla llegar a los exhibidores que, a su vez, la muestran al público o consumidor final.

En primer lugar, los productores combinan medios técnicos y humanos para la consecución de la película. Cuando la película está acabada pasa a manos de las distribuidoras, empresas que la comercializan siguiendo una serie de regímenes y fórmulas contratadas con antelación. El espectáculo se produce en la tercera fase a cargo de la empresa de exhibición. Los exhibidores poseen salas donde entran por primera vez en contacto directo el producto y el espectador. Es el espacio donde se produce el acto de consumo. (Izquierdo, 2007)

Completando las apreciaciones de Cuevas (1999) e Izquierdo (2007) y, atendiendo a las especiales características de los mercados cinematográficos actuales, se podría decir que existen varias cuestiones que se deben añadir a estos paradigmas del modelo industrial cinematográfico:

En primer lugar atendiendo a la producción, tal y como veremos en detalle en los próximos capítulos, las tecnologías digitales aplicadas al proceso de creación de la película han provocado ciertos cambios en la organización

empresarial de las productoras. Hoy en día, con el sistema de grabación en celuloide al que se refiere Cuevas (1999) en desuso, los laboratorios de positivado y edición han sido sustituidos por la edición y postproducción digital. Ésta última, constituye una fase dentro de la realización de la película que, dependiendo del producto, puede suponer una de las fases más extensas y costosas de la producción.

Según la definición que expone Izquierdo (2007) sobre las empresas exhibidoras, esta actividad se encuentra diluida en muchos casos más allá de las salas cinematográficas. Como se puede ver en profundidad en el epígrafe sobre la relación existente entre el cine e Internet, hay una tendencia hacia la comercialización de películas a través de la red que diluye o aúna distribuidores y exhibidores y establece un nuevo marco para las relaciones comerciales en esta parte de la cadena de consumo audiovisual.

A continuación se expondrán brevemente los conceptos de producción, distribución y exhibición cinematográfica para conformar una definición de los procesos industriales y los modelos básicos de negocio sobre los que se asienta esta actividad. Además, se tratarán otros fenómenos como el cine digital y el cine *online*, dada su importancia en relación al objeto de estudio propuesto, el cine de Nollywood, que se asienta sobre estos conceptos.

6. 2. PROCESOS DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

6. 2. 1. Producción.

La producción cinematográfica engloba todas aquellas acciones que derivan en la realización de una película. Es un proceso que necesita de la participación de numerosos profesionales de variadas disciplinas. En el sentido artístico es un producto complejo y también es complejo como proceso industrial. Como se ha avanzado anteriormente, la industria cinematográfica es un modelo de producción definido en tres procesos: producción, distribución y consumo, que en este caso denominamos exhibición.

El primer sector está constituido por la actividad industrial de la **producción**. Es decir, el proceso de diseño, planteamiento y realización material de las películas desde la financiación, organización y administración de de sus fases de preparación y rodaje, hasta llegar a la obtención de un negativo a partir del cuál los laboratorios cinematográficos procederán al tiraje de las copias estándar o a un *master* de soporte magnético, las denominadas copias de explotación. (Izquierdo, 2007)

A su vez, la producción se divide en varias fases que podríamos resumir, a grandes rasgos, en tres primordiales: preproducción, producción y posproducción. (Bordwell y Thompson, 1995). La **preproducción** supone la fase inicial de la realización de una película. Comienza con la puesta en marcha de la búsqueda de recursos para materializar la ejecución de la película. Desde que se aprueba la realización de un proyecto hasta la selección del director y de los actores, la gestión administrativa, la selección de localizaciones, el equipo técnico, etc... la preproducción puede englobar un sin fin de tareas, la lista será más extensa y las cuestiones a definir más complejas, cuanto mayor sea el proyecto. Normalmente existe una relación directa entre la complejidad de las fases de producción y la inversión requerida para el proyecto. (Trumpbour, 2002)

Michael Grillo, jefe de producción de Dreamworks, relata los pormenores de su trabajo desde el inicio de un proyecto de la siguiente manera:

“Hablamos sobre dónde deberíamos rodar, cuánto costará, cuánto tiempo llevará la preproducción, el rodaje y la posproducción para fijar una fecha de estreno en particular, además de discutir los posibles directores, productores creativos, reparto y productores de línea que pueden ser apropiados para el proyecto.” (Grillo en Squire, 2006, p. 213)

La **producción** engloba la fase de rodaje, el inicio de la actividad y los diversos detalles que se han valorado, presupuestado y planificado en la preproducción. “Cada película presenta desafíos únicos en la planificación de la producción” (Squire, 2006, p. 214)

La **posproducción** comprende la edición de la película y es la fase en la que se procede a la sonorización, se agregan efectos de sonido y música. Antiguamente, la fase de posproducción se entendía a partir del revelado y positivado de las bobinas de celuloide. Actualmente, una acepción más adecuada de la posproducción es aquella que define esta fase relacionada con la edición y trabajo en los efectos digitales de la película. Dependiendo de las características y necesidades de la película, la posproducción digital puede llegar a ser igual de extensa que el propio rodaje o incluso simultanear estas fases para crear secuencias y valorar los resultados de las técnicas y tecnologías aplicadas en el proceso.

En la primera película de *Parque Jurásico*¹⁰, por ejemplo, hubo un período de investigación y desarrollo antes del habitual período de reparación debido a los nuevos y complicados efectos. Steven Spielberg trabajó en los *storyboards*, y la combinación resultante de las criaturas de Stan Winston, junto con los dinosaurios y los efectos digitales añadidos más tarde por Industrial Light & Magic, representó una revolución en la forma de hacer cine. (Grillo en Squire, 2006, p. 213)

Como se puede concluir a partir de estos comentarios del jefe de producción de Dreamworks entre 1996 y 2006, la producción cinematográfica ha sufrido numerosas modificaciones en su gestión y planificación a partir de la introducción de los efectos digitales. En este caso concreto, *Parque Jurásico* (Kennedy y Smolen, 1993), fue la primera película que contaba con personajes realizados íntegramente por ordenador introducidos en posproducción digital.

A partir de estos años y de forma exponencial, los efectos especiales digitales y la posproducción digital fueron adquiriendo un protagonismo esencial transformando el sistema de producción hasta convertirse en uno de los principales procesos de la película que condicionan la pre-producción, en la que hay que planificar estas secuencias, la producción y la posproducción, en la que cada vez se invierte más tiempo.

Martínez Abadía y Fernández Díez (2010) definen la naturaleza del trabajo de producción audiovisual de tal forma que las acepciones artística e industrial se hacen patentes: “Ante un mercado determinado, una empresa productora dirige su obra audiovisual conseguida mediante trabajo y medios técnicos y apoyada por una inversión de capital” (Martínez Abadía y Fernández Díez, 2010, p. 10). De esta forma, arte, industria y mercado se dan la mano para conformar el negocio de la producción cinematográfica.

¹⁰ Referencia en la bibliografía: *Jurassic Park* (Kennedy y Smolen, 1993)

A lo largo de la investigación el término producción se utilizará en dos sentidos diversos. Por un lado, en el sentido estricto del término como proceso de fabricación de una película aludiendo al primer proceso de la cadena productiva del sector cinematográfico. Por otra parte, también se utilizará el término o la alusión a la producción cinematográfica como concepto genérico desde una perspectiva histórica a partir de la cual se articula el discurso sobre el cine como fenómeno o acontecimiento artístico, cultural e industrial.

6. 2. 2. Distribución.

La distribución cinematográfica es la segunda actividad clave en la cadena industrial y se ocupa de comercializar el producto terminado tal y como expone Cuevas (1999). Las empresas distribuidoras son el punto de conexión entre las productoras de películas y los exhibidores que ofrecen el producto al consumidor final.

La complejidad del mercado cinematográfico, absorbido o inmerso en un estamento superior, que sería el mercado del producto audiovisual, ha convertido a esta figura intermedia [las distribuidoras] en un gestor muy especializado que debe atender múltiples posibilidades de explotación, no todas coincidentes. (Cuevas, 1999, p.43)

Durante transcurso de la historia del cine, la distribución se posicionó como una de las actividades más rentables de la cadena de comercialización de películas. Por este motivo, según Álvarez Monzoncillo (1995), las estructuras de distribución se han visto modificadas mediante intervención política dada su posición como actividad esencial y altamente lucrativa.

A principios del siglo XX en Estados Unidos, la Motion Pictures Patents Company (MPPC) aprovechó su monopolio sobre los equipos para crear su empresa distribuidora, la General Film Company. En Francia, la Pathé Frères,

“organizó un sistema de distribución por alquiler de películas, creo filiales en el extranjero, y agrupó en torno a sus propias producciones las de otros independientes gracias a la garantía de distribución.” (Martínez Abadía y Fernández Díez, 2010, p. 45)

El sector de la distribución es el responsable de la comercialización nacional e internacional de las películas. En este engranaje comercial entran en juego los acuerdos alcanzados entre los distintos países para exhibir o no exhibir un determinado producto audiovisual en sus salas. En la mayoría de casos, exceptuando los tres modelos que analizaremos (Estados Unidos, India y Nigeria) así como en algún que otro país como podría ser China, resulta muy difícil rentabilizar una película prescindiendo del mercado internacional. De ahí se desprende la enorme importancia del sector de la distribución y los acuerdos alcanzados entre los diferentes territorios para la comercialización de productos audiovisuales. La cara opuesta o complementaria a este tipo de acuerdos internacionales está definida por las políticas proteccionistas desarrolladas por algunos países destinadas a asegurar una distribución y exhibición regulares de los contenidos autóctonos en sus pantallas.

En Estados Unidos, a principios de los años ochenta, el restablecimiento de las formas de integración vertical proscritas por los decretos antimonopolio de 1948, que no permitían el control de la producción la distribución y la exhibición convencional, fue un balón de oxígeno para las maltrechas finanzas de las *majors*; En Europa, las legislaciones de los diferentes estados han tratado, sin conseguirlo, de impedir el control oligopolista de la distribución norteamericana a través de la cuota de distribución y doblaje. A esto se deben añadir los cambios sufridos en la distribución como consecuencia de la aparición de nuevos canales y soportes como el vídeo o las diferentes modalidades de televisión. (Álvarez Monzoncillo *et al.*, 1995, p.14)

Recapitulando, se puede concluir que la distribución cinematográfica es el proceso mercantil que conecta la producción cinematográfica realizada en un determinado entorno con los exhibidores que ofertarán el producto audiovisual al consumidor final. Los canales de distribución han ido cambiando y se han ido transformando al compás de los acuerdos político-comerciales de los diferentes países, y de las diferentes posibilidades tecnológicas existentes para transportar las obras audiovisuales.

6. 2. 3. Exhibición.

La exhibición es la tercera fase del proceso y pone en relación la película con el público, es decir, el producto con el consumidor final. Normalmente, el negocio de la exhibición está formado, en una primera instancia, por las salas cinematográficas, y en un segundo plano, por la comercialización posterior a través de la venta de DVDs, de contenidos para televisión y para Internet en las denominadas ventanas de exhibición o explotación.

El ciclo vital de una película consiste en ordenadas corrientes de ingresos distribuidas en calculados marcos temporales o “ventanas”. La exhibición cinematográfica es la primera, pero no necesariamente la más lucrativa; el vídeo doméstico tiene ese honor para los títulos más populares. Las campañas de marketing cinematográfico son caras porque transmiten la imagen de una película, que queda ligada al producto a lo largo de su vida comercial en todo el mundo. (Squire, 2006, p. 22)

Según Izquierdo (2007), que recoge las afirmaciones de Joël Augros¹¹, se pueden distinguir tres mercados de actuación primordiales para una película: el mercado primario que estaría formado por las salas cinematográficas. El mercado secundario estaría definido por la explotación posterior que se realiza de la película que sigue la cadena de lanzamiento en DVD, comercialización para televisión y plataformas de pago, y finalmente, la televisión en abierto.

El mercado terciario es aquel que explota el imaginario generado por la película “a través de licencias, videojuegos, parques de atracciones, etc.” (Izquierdo, 2007) y otro tipo de productos o eventos que de forma directa o indirecta reportan beneficios a la película.

Se pueden citar algunos casos relevantes en este contexto como el de *La Guerra de las Galaxias*¹², en el que la “marca publicitaria” de la película ha tenido igual o más trascendencia que la misma película. Y en casos más recientes, *El señor de los anillos* (Jackson, 2001), ha nutrido notablemente la cuenta de beneficios con este tipo de mercado llegando, por ejemplo, a celebrar diversas exposiciones de los objetos del rodaje; o la saga *Harry Potter* (Columbus, 2001) que consiguió una interesante simbiosis mercantil y mediática entre los estrenos de las películas y la publicación de los libros.

Hoy en día, la cadena de ventanas de exhibición se encuentra modificada por los contenidos comercializados a través de Internet ya que hay películas que directamente son estrenadas en plataformas digitales de pago. El hecho de que estos contenidos no sean distribuidos y exhibidos en salas de cine ha provocado una transformación en la relación consecutiva en la que los distribuidores trabajaban con los exhibidores. El cine *online*, también modifica el ciclo de vida de los productos audiovisuales y los hábitos de consumo del espectador que toma el control sobre cuándo, cómo y dónde quiere visualizar un determinado producto audiovisual.

¹¹ Joël Augros (2000) citado por Izquierdo, J. (2007), p. 73

¹² Referencia en la bibliografía: *La guerra de las galaxias* (Kurtz, 1977)

6. 3. EL CINE Y EL VIDEO DIGITAL

El cine no ha dejado de innovar en todos los aspectos que lo definen y le proporcionan su identidad. Uno de estos aspectos relevantes es el perfil tecnológico del sector. Desde los primeros y rudimentarios proyectores hasta las películas en tres dimensiones, han tenido lugar muchos avances tecnológicos que han transformado la industria cinematográfica.

El cine digital es una evolución tecnológica que, en la mayoría de los países, ha cambiado los modelos de producción, distribución y exhibición, y el caso concreto de Nigeria, define el fenómeno de Nollywood.

Si bien la película de 35 mm es el denominador común de la cadena de procesos analógicos, en el cine digital este lugar lo ocupa el archivo que contiene la información del film. Independientemente de la tecnología empleada, el objetivo del proceso es obtener un material que puede ser proyectado ante el espectador con la máxima calidad posible. Esto, en cine digital, se traduce en términos de equiparación y superación de la calidad obtenida por el material fotoquímico. (Izquierdo, 2007, p. 279)

La aparición de los métodos de grabación y proyección digitales cambiaron el cine e iniciaron el tránsito hacia el abandono del celuloide, lo cuál supuso una optimización y reducción considerable de la inversión en la producción de la película, así como en la distribución y exhibición de la misma. La digitalización es uno de los grandes momentos de inflexión en la industria cinematográfica. La consecuencia final del proceso de digitalización es la obtención del llamado cine digital que consiste en la transformación de la tecnología empleada en los tres procesos principales de la industria (producción, distribución y exhibición), es decir, en la sustitución de los sistemas analógicos, empleados hasta el momento, por los sistemas digitales de nueva generación. (Izquierdo, 2007)

A pesar de aunar estos conceptos en un mismo epígrafe debido a que comparten la transformación de lo analógico a lo digital, se debe distinguir entre el cine digital que afecta a las áreas de distribución y exhibición, y el vídeo digital, que afecta en primera instancia a la producción cinematográfica.

La transición hacia el cine digital se materializa a finales de la década de los años noventa, si bien, es un proceso que comienza hace más de veinte años. A comienzos de los años ochenta se introducen nuevas herramientas que estimulan y amplían el negocio cinematográfico. Destaca la edición no lineal (NLE, Non linear Editing), que sienta las bases para una nueva forma de trabajar y concebir el proceso de posproducción. La tecnología digital, encuentra aquí un campo de desarrollo importante y la puerta de entrada para la industria cinematográfica. El siguiente paso, es la captura digital de imágenes. (Izquierdo, 2007, p. 279)

A finales de los años ochenta Sony comenzó a popularizar el concepto de “cine digital” usando cámaras HDTV analógicas basadas en tubos, con más bien poco éxito en un principio. En 1998, desarrollaron cámaras CCD más manejables, de 1920x1080 píxeles que incluían grabadoras HD Digital Betacam y la industria cinematográfica empezó a reparar en estas tecnologías como nuevo medio. “El término “cine digital” comenzó a utilizarse en los años noventa coincidiendo con la introducción de videocámaras digitales de alta resolución junto con una nueva generación de proyectores digitales.” (Squire, 2006, p. 452)

Tal y como relata Squire (2006), diez compañías líderes en la venta de productos electrónicos acordaron la normativa internacional que establecía el DV como el formato de vídeo digital de consumo para la próxima generación, y la base para las videocámaras a nivel profesional. Estas cámaras fueron originalmente desarrolladas para un consumo no profesional o *amateur*. Con la introducción de estas videocámaras de bajo coste y baratas, pero muy

competente tecnología de edición basada en el ordenador personal, la creatividad del vídeo *amateur*, se disparó en todo el mundo.

Debido al crecimiento del cine digital, las ventas de Kodak (principal proveedor de rollo de película) cayeron un 96% en los últimos 10 años. Esta caída fue acelerada, más recientemente, por una novedad: el surgimiento de las salas digitales. En 2007, la empresa suministró cerca de 3.500 millones de metros de película a Hollywood, cifra que en 2014 se redujo a unos escasos 127 millones.¹³

En el caso de la India, entre los años 2012 y 2013, el cine digital, es decir, las películas rodadas en formatos digitales aumentaron del 45,1 % al 56,8 %, vislumbrando una progresiva reducción del uso del celuloide.¹⁴

Continuando con la expansión de los procesos digitales, el cine empezó a introducir nuevos efectos digitales en la producción. Desarrollada por Disney en 1982, *Tron* (Kushner, 1982) fue la primera película que utilizó secuencias generadas por ordenador. A pesar de este primer salto a los efectos digitales y las nuevas tecnologías en la industria cinematográfica, no fue hasta los años noventa cuando las grandes producciones hicieron uso extensivo de la tecnología digital, como las nuevas películas de *Star Wars* o *Matrix*, o las películas hechas íntegramente por ordenador realizadas por Pixar y otras compañías.

¹³ (6 de febrero de 2015). Hollywood pacta con Kodak y salva el fílmico. Urgente24. Recuperado en: <http://www.urgente24.com/236148-hollywood-pacta-con-kodak-y-salva-el-filmico>

¹⁴ Fuente: UNESCO institute for Statistics. Recuperado en: <http://data.uis.unesco.org/> (En Culture / Featured films)

En conclusión, se puede afirmar que el cine digital surgió como un concepto amplio apoyado en varios frentes, en los métodos de grabación, captura y edición de la imagen, así como la introducción de los ordenadores en el procesado de dichas imágenes para añadir efectos visuales a las películas. Estas nuevas tecnologías, no sólo afectaron al proceso de producción si no que, con el paulatino abandono del celuloide, al pasar de las cintas cinematográficas a los archivos de datos, también se transformaron los procesos de distribución y exhibición hasta el punto de que se inició el apagón analógico del cine a partir del año 2014.

6. 4. INTERNET Y EL CINE *ONLINE*

La digitalización del cine supuso la posibilidad de transformar el material analógico en formato digital. Esta revolución en la industria cinematográfica fue altamente significativa con la llegada de Internet, que dio inicio al proceso de convergencia mediática en el se desenvuelve el contexto audiovisual actual.

A grandes ragos, mientras que las industrias culturales se han ocupado de la producción y circulación de textos simbólicos, destinados a comunicarse con una audiencia, las industrias técnicas se estructuraron como productoras de infraestructuras materiales y de equipos profesionales para grabación, procesamiento, transmisión, distribución, exhibición y uso de los contenidos que generan las primeras. La transformación más relevante que sufren los contenidos al digitalizarse es que ahora pueden ser leídos y almacenados en un ordenador, lo que, sumado a Internet y a las redes inalámbricas, los hace fácilmente transportables y manipulables, e interconecta entre sí a las mencionadas industrias. (López Villanueva, 2009, p. 129)

Desde su inicio, Internet supuso una oportunidad y también supuso una amenaza para las industrias culturales. En el caso de la cinematografía, el desafío fue mayúsculo sobre todo en Estados Unidos donde existía una infraestructura como la de los grandes estudios o *majors*. Estas empresas controlaban todos los procesos de la cadena siguiendo una organización vertical que se vio trastocada con la irrupción de Internet.

La rapidez en el progreso de las nuevas tecnologías de la información y el crecimiento de la capacidad de almacenaje en discos duros y portátiles (CD y DVD entre otros) condujo a que, por primera vez, se pudiese reproducir de manera virtualmente ilimitada una película íntegra sin pérdida significativa de calidad. La posibilidad de transferir datos de usuario a usuario con el surgimiento

de las redes P2P ("*peer to peer*") dio lugar a un contexto en el que el paradigma del mercado tradicional fue transformado, siendo el ejemplo de la industria musical el más comentado y destacado hasta la fecha. (Lasica, 2006)

Todos estos avances abrieron un intenso debate, aún en curso, en torno al problema de la propiedad intelectual en Internet. En los últimos años, el acceso a contenidos audiovisuales en la red ha sido objeto constante de disputa entre las empresas que los producen, y se alarman ante las cuantiosas pérdidas económicas que dicen que les reporta la "piratería", y los usuarios que los "piratean" esgrimiendo el principio de democracia en la red. Sin embargo, esta democratización tecnológica ha llevado a muchos realizadores independientes a optar por el cine digital como medio facilitador que permite grabar películas y editarlas en el ordenador. Posteriormente estos contenidos se distribuyen directamente en plataformas de vídeo como YouTube o Vimeo, esta última, muy utilizada por cineastas independientes.

Pero el comercio ilegal no es realmente la cuestión principal. Lo que les interesa realmente a los estudios es proteger su reluciente imperio. El modelo empresarial de Hollywood aplica dos tecnologías: la encriptación (o controles de copia), que impide copiar los DVD; y la codificación zonal, que habilita un ordenado proceso para el lanzamiento mundial de las películas. (Lasica, 2006, p. 39)

Según Blume, director financiero de Brillstein-Grey Entertainment, las ventanas de exhibición están articuladas para seguir una progresión en el ciclo de distribución de una película que permite rentabilizar el producto en cada una de las secuencias de la cadena. Así, tras el estreno en cines, que es la primera ventana, se programa el estreno para reproducción doméstica de cuatro a seis meses después. La siguiente ventana es el pago por visión, permitido dos meses después del estreno en DVD y a continuación, la televisión de pago y la televisión en abierto. (Squire, 2006)

Internet ha provocado que se diluyan las ventanas de exhibición a través de las plataformas de cine *online* o VOD (*video on demand* o vídeo a la carta). La demanda colectiva de los usuarios de la red y la estructura de la misma han contravenido la estructura zonal de los mercados cinematográficos exigiendo la disponibilidad de ciertas películas en espacios de tiempo inferiores a los planificados por las empresas. También se han simplificado procesos como la distribución, la participación y convocatoria a festivales de cine, de forma que los circuitos independientes, al margen de los grandes estudios, se han visto fuertemente potenciados.

Desde las primeras experiencias en vídeo como Youtube, que surge en el año 2005, se han desarrollado multitud de plataformas de visionado directo en *streaming* de contenidos audiovisuales. En este sentido, la distribución ilegal de películas se incrementó notablemente dadas las facilidades resultantes de compartir, descargar y visionar vídeos en Internet. (Lasica, 2006).

El cine *online* está ganando terreno mientras se buscan fórmulas compatibles entre los intereses de las corporaciones de la industria cinematográfica y las demandas de los usuarios.

Dos ejemplos destacados en volumen y estrategia de mercado serían las plataformas de VOD (*video on demand*) Netflix que lidera el mercado estadounidense (y mundial desde su internacionalización en 2015) de cine *online*, y el caso de IrokoTv, que desde su lanzamiento en 2011 lidera la distribución digital de películas de Nollywood en África subsahariana y su diáspora. Este tipo de redes han venido a transformar el mercado en diferentes sentidos: qué productos audiovisuales se consumen y cómo se realiza este consumo. En el momento actual, inmersos en un contexto mediático convergente, los productores de información y entretenimiento han de adecuarse a nuevas demandas de inmediatez, actualidad y amplia oferta adaptada a los nuevos hábitos de consumo multipantalla.

6. 5. ALGUNAS APRECIACIONES SOBRE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA CONTEMPORANEA: 2010 – 2018

Desde el primer intercambio que hubo de dinero por un espectáculo en 1895 en el mítico Salón Indien de París a cargo de los hermanos Lumière, el cine ha sido concebido como un negocio, una industria cultural destinada que los espectadores disfruten de la experiencia que supone visualizar una película.

Una vez definidos los procesos de la industria cinematográfica e introducidos los acontecimientos relevantes del panorama actual del sector, se expondrán a continuación algunas de las transformaciones y cuestiones que definen el cine contemporáneo.

Los nuevos caminos del cine se inician a finales del año 2009 con el primer estreno de la película *Avatar* (Cameron, 2009) que destaca por dos motivos principales: Por un lado, su realización en 3D mediante la utilización de una innovadora tecnología obligó a la reconversión tecnológica de la mayoría de las salas cinematográficas que tuvieron que instalar nuevos proyectores que permitiessen la reproducción de la película. Por otra parte, la distribución de la película estuvo rodeada de altas y nuevas medidas de seguridad en un intento de coordinar los estrenos y evitar la distribución ilegal. Esta preocupación, también determinó la recuperación de la tendencia del cine en 3D, cuyo origen se encuentra en la década de los cincuenta cuando el cine se enfrentó a la llegada de la nueva pantalla de la televisión. (Gubern, 2014)

A partir de la experiencia de *Avatar* (Cameron, 2009) se han dado numerosos intentos de estrenar películas en 3D, primordialmente al amparo de los grandes presupuestos de las películas de acción y superhéroes. Hollywood ha utilizado este recurso en su constante búsqueda de nuevas estrategias que devuelvan los espectadores a los cines.

Como fruto de la experimentación de los últimos años y en sintonía con el objeto de estudio propuesto del caso del fenómeno de Nollywood, también merecen consideración nuevos conceptos de cine surgidos a raíz de la democratización tecnológica en los sectores de la producción, la distribución y la exhibición.

Las nuevas plataformas de *video on demand* se han impuesto en todo el mundo, principalmente en el último lustro, a partir de la internacionalización de algunas de ellas de procedencia estadounidense como Netflix o HBO, entre las más conocidas. En el continente africano, encontramos más ejemplos, destacando la actividad de IrokoTv posicionada como la primera plataforma de su área de influencia y también en la diáspora.

En un primer momento, las plataformas de vídeo actuaban como amplios catálogos de productos audiovisuales con múltiples procedencias y diferentes sistemas de pago (pago por visionado, suscripción o tarifa plana y sistemas abiertos con ingresos de publicidad). En Internet, la distribución y la exhibición se concentran a partir de la penetración de los *smartphones*, *tablets* y las televisiones inteligentes que multiplican las vías de acceso a los contenidos en *streaming*. De esta forma, una misma plataforma ofrece diversas opciones de pantallas para visualizar contenidos y se transforman los hábitos de consumo de los espectadores. (Ojer y Canapé, 2012)

Esta revolución digital ha transformado el sector cinematográfico a partir de las nuevas relaciones establecidas entre productores y distribuidores redefiniendo las estructuras empresariales existentes. El origen de esta revolución digital sobre la que se sustenta todo el paradigma de la convergencia mediática, se basa en tres factores de cambio: las transformaciones en el sector audiovisual, el perfil del consumidor y el abaratamiento de los medios de producción, distribución y exhibición.

6. 6. HISTORIA DE LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA

El modelo de producción en el cine define la forma en que se plantea la industria cinematográfica. Cada empresa, cada país, cada área de comercialización de contenidos audiovisuales tiene una filosofía y una forma de concebir y darle forma al negocio cinematográfico.

“Como cualquier otra industria, el cine existe para ganar dinero” (Squire, 2006, p. 23) y está a merced de los consumidores. No existen fórmulas matemáticas que aseguren el éxito de una película a pesar de una gran inversión. Como señala Squire (2006, p. 24), el cine “es una industria cíclica, difícil de analizar, enraizada en la creatividad y en la intuición, implicando narcisismo y codicia, capaz de deprimentes pérdidas y eufóricos beneficios, embarcada en la seducción continua del público”.

Desde los inicios del cine, la producción cinematográfica ha sido un tema de interés. ¿Cómo se hace una película?, ¿cómo se financia?, ¿cómo se distribuye?, ¿cómo llega a las pantallas?, ¿cuántos espectadores tendrá?... Todas estas preguntas acerca de la realización de una película son las claves de la industria cinematográfica y de cómo se desarrollan los diferentes modelos de producción. El negocio cinematográfico siempre ha sido una parte importante de la cultura y de la industria suficientemente interesante como para ser receptor de grandes inversiones e incluso, ser apoyado o intervenido por los estados para asegurar su desarrollo y continuidad.

La historia del cine se inicia en el S. XIX con las primeras proyecciones de imágenes y gracias a la investigación y aportación de muchas personas trabajando de forma simultánea en varios países. “Trabajaban en el extenso estado de Nueva Jersey (...); en Lyon, en el oeste de Francia; en la soleada La Ciotat, junto al Mediterráneo; y también en las ciudades inglesas de Brighton y Leeds.” (Cousins, 2005, p. 22).

Gracias al esfuerzo de nombres hoy tan conocidos como Thomas Edison, George Eastman, W.K.L. Dickinson, los hermanos Lumière, Alice Guy o George Meliés entre otros, es posible contar como se inicia esta historia a través de los primeros y rudimentarios cinematógrafos, el primer rollo de película de 1884, el Kinetoscope y otros intentos hasta llegar a una cita emblemática de la mano de Louis y Auguste Lumière.

El 28 de diciembre de 1895, una fecha que muchos historiadores consideran como el verdadero nacimiento del cine, ofrecieron una pequeña muestra de documentales (junto con el film de ficción *L'arroseur arrosé/ El jardinero regado*)¹⁵, previo pago de una entrada en un pequeña sala del Boulevard des Capucines de París. Entre ellos se hallaba el hoy famoso cortometraje titulado *L'arrive d'un train en gare de La Ciotat / La llegada de un tren*¹⁶ (Francia, 1895). (Cousins, 2005, p. 23).

A partir de este momento la experiencia cinematográfica empezó a difundirse por todo el mundo dando lugar a la primera etapa de la historia del cine definida por la experimentación con la técnica: el descubrimiento de los planos, los encuadres, los trucajes, el *travelling* y otros elementos que contribuyeron a ir enriqueciendo poco a poco las primeras películas.

El cine es un arte que resulta difícil de categorizar debido a su naturaleza intrínsecamente colaborativa, ya que se necesita un gran equipo humano para llevar a cabo una película, y a las múltiples dimensiones o perspectivas desde las que puede ser observado. El cine es estética, es historia, es ideología, es técnica y es industria. Todas estas variables se entrecruzan formando una historia compleja y apasionante.

¹⁵ Referencia en la bibliografía: *El jardinero regado* (Lumière, 1895)

¹⁶ Referencia en la bibliografía: *La llegada de un tren* (Lumière, 1895)

Así pues, la evolución de esta industria del entretenimiento encierra en sí misma una parte de la Historia de la Humanidad. Y sus propuestas industriales también abundan en creatividad imaginativa, lo que duplica el valor del momento fugaz de la sala oscura. Las cuatro ideas que se pueden retener de todas las iniciativas dadas a lo largo de cien años quizá lleguen a refrendar las intenciones que promovieron las mil y una aportaciones que todo tipo de personas hicieron con el único fin de llegar a los demás, comunicándose con ellos, transmitiéndoles algún mensaje ideológico o simplemente emotivo, historias intrascendentes o un tanto problemáticas. (García Fernández y Sánchez González, 2009, p.11)

Existen tres fases diferenciadas en la historia del séptimo arte en la que parece haber un acuerdo unánime entre los historiadores y que supusieron cambios significativos en la forma de elaborar y entender las películas: el cine mudo, el cine sonoro y la llegada del color y la era digital.

A partir de esta esquematización se plantea la historia de la producción audiovisual cinematográfica basada estrictamente en cambios que de una u otra forma cambiaron la forma de producir cine. Este hecho, a lo largo de la línea temporal ha ocurrido de muchas y muy diversas formas: nuevas técnicas, nuevas corrientes artísticas y filosóficas, nuevos enfoques, nuevas fórmulas de consumo o de ocio, nuevos artistas, nuevos profesionales... y también han sucedido episodios críticos que obligaron a la actividad cinematográfica a enfrentar nuevos retos.

Debido a la naturaleza del este estudio, centrado en la producción audiovisual y el cine como industria cultural, se realizará una aproximación a la historia del cine atendiendo a todas sus dimensiones, pero poniendo el foco de interés en los aspectos relevantes que fueron transformando la industria y el modelo de negocio.

Por ello, a pesar de la significativa importancia de los primeros pasos del cine mudo y la experimentación técnica y narrativa de los primeros años, es durante la primera década del siglo XX cuando comienzan a sentarse las bases del cine como actividad empresarial. “A finales de los años 10 y en las dos siguientes décadas, los realizadores exploraban y consolidaban con mayor o menor acierto las posibilidades del nuevo medio, el cine comenzó a ser consciente de que tenía una historia propia.” (Cousins, 2005, p. 487).

A lo largo del capítulo se recorrerá la historia del cine de forma general para examinar, posteriormente, los casos concretos de los diversos modelos de producción audiovisual que se fueron desarrollando en los diferentes continentes.

Existen muchas historias del cine y muchas películas que han cambiado la forma de mirar el séptimo arte: las superproducciones de Hollywood en los años treinta, la vanguardia soviética, los prolíficos inicios del cine japonés, la *nouvelle vague* francesa de los años cincuenta, el cine africano tras los procesos independentistas de los años sesenta, el nuevo cine de autor de los años setenta, los *blockbuster* de los ochenta o la digitalización a partir de los años noventa. Muchos de estos momentos de alto valor histórico y transformador no necesariamente supusieron una innovación en los procesos de producción o comercialización y es en este punto donde se incidirá a lo largo de la investigación.

La división cronológica que se expondrá a lo largo del capítulo propone un índice general centrado en hitos significativos que transformaron el negocio de hacer cine en todo el mundo, desde las primeras salas, la llegada del sonido en la segunda década del S. XX, los nuevos hogares con la televisión como protagonista en los años cincuenta y el cine en casa con la llegada del vídeo y el DVD, hasta la revolución digital y la catársis ocasionada por la difusión de los contenidos audiovisuales a través de Internet.

Se pretende ofrecer una perspectiva general de la cinematografía destacando las innovaciones industriales más notables y es por ello que muchos autores de renombre, grandes películas, importantes movimientos artísticos o estéticos no se nombran, dado que el objeto del capítulo es tratar la historia del cine a partir de la industria cultural más que desde el arte cinematográfico.

6. 6. 1. 1895 – 1927: Los inicios del cine y las primeras salas.

La historia del cine se inicia a finales del S. XIX. Surge como un prodigio técnico que fue posible gracias a las investigaciones y avances de muchas personas curiosas diseminadas por la geografía mundial. Este hecho es algo fundamental ya que el cine es fruto de un esfuerzo colectivo y no patrimonio de ningún país concreto. Cada aportación contribuyó a mejorar unos rudimentarios aparatos que terminaron por convertirse en los primeros cinematógrafos que darían lugar a las primigenias sesiones de cine.

La historia del negocio cinematográfico tal y como lo conocemos, según la lógica del intercambio económico entre el espectador y el exhibidor, se inició con una simbólica recaudación que apenas parecía indicar el inmediato futuro de la lucrativa industria.

La primera sesión cinematográfica ofrecida por los hermanos Lumière no cumplió sus expectativas de asistencia . “La recaudación fue muy modesta. Ascendió a 35 francos, cifra que apenas cubría el importe del alquiler del salón.” (Gubern, 2014, p. 25)

A pesar de este hecho poco alentador, el cine había nacido. Al principio era imagen en movimiento y carecía de lenguaje o de narrativa. “Aún no se había convertido en nada concreto, ni desde un punto de vista social, ni técnico, ni político, ni artístico, ni mucho menos filosófico o trascendental.” (Cousins, 2005, p. 29). Sin embargo, no se tardó mucho en vislumbrar las posibilidades del nuevo medio y la necesidad de dotar de historias aquellas imágenes.

El medio había nacido como una forma de arte y no industrial, más cercana a la acción y a la novedad, como pueda ser el circo, por ejemplo. En 1903, el cine empezó a abandonar la senda iniciada con los “paseos fantasma”¹⁷ y los planos dirigidos directamente al público. (Cousins, 2005, p. 32).

Es en este momento cuando se dieron cuenta de que las grandiosas imágenes en movimiento también debían de contar historias. La necesidad de la narrativa audiovisual se hizo patente y es así como, a través de los planos detalle y el montaje, el cine comenzó a contar breves historias y dejó de ser un mero “paseo” visual.

Destacan entre estos primeros ejemplos *El gatito enfermo* (Smith, 1903)¹⁸ precedente de Reino Unido y *Vida de un bombero americano*¹⁹ (Stanton Porter, 1903-1905) de Estados Unidos. En el primero, dos niños cuidan de un gatito y se introduce un plano detalle del gatito en el regazo de la niña donde se observa cómo le da jarabe. Este plano detalle, necesario para explicar lo que ocurría en la película, rompió el convencionalismo que asimilaba el cine al teatro donde el público estaba acostumbrado a ver cómo las acciones ocurrían desde una distancia constante. “El cine no era teatro, los vínculos existentes entre ambos se habían roto para dar paso al énfasis y a la intimidad de la pantalla cinematográfica”. (Cousins, 2005, p. 31).

¹⁷ En 1898, G.A. Smith rodó lo que desde entonces se dio en llamar “paseo fantasma”. Se trataba de una nueva experiencia visual para el público que se conseguía situando la cámara en delante de un tren en movimiento. (Cousins, 2005, p. 25). Como ejemplo, Cousins cita la película de Smith *The Kiss* (1899).

¹⁸ *El gatito enfermo* [*The sick kitten*] (Smith, 1903) es la segunda versión de una película titulada *El pequeño doctor* (Smith, 1901) que hoy en día se encuentra perdida. Ambas son de G. A. Smith.

¹⁹ Referencia en bibliografía: *Vida de un bombero americano* [*Life of an american fireman*] (Stanton Porter, 1903-1905)

En el segundo ejemplo, *Vida de un bombero americano* (Stanton Porter, 1903-1905) se utiliza por primera vez el montaje de continuidad donde se retrata el rescate de una mujer y su hijo de una casa en llamas. El plano cambia del interior al exterior de la casa mostrando los mismos hechos desde dos puntos de vista. Al contrario de lo que se pensaba, el público entendía perfectamente el paralelismo temporal. También de Stanton Porter, en 1903 se rueda otro de los hitos de la historia del cine, *Asalto y robo de un tren* (Stanton Porter, 1903). A pesar de que esta película no supuso grandes novedades en el plano técnico, siendo en este sentido menos innovadora que *Vida de un bombero americano* (Stanton Porter, 1903-1905), algunos historiadores consideran que es una de las primeras películas con argumento y estructura narrativa. A través de pequeños avances en el desarrollo del relato audiovisual se fueron creando historias cada vez más complejas que precisaban de más tiempo de metraje para su desarrollo.

Es en estos momentos cuando se comienza a hablar de producción audiovisual. Aunque modesta en sus inicios, a principios de siglo ya existía una organización de la producción, la intervención de diferentes profesionales y una preocupación por la estética y la narrativa. Una vez asentada la técnica, las imágenes en movimiento se fueron transformando en películas y las proyecciones en salas de cine.

En 1905, Harry P. Davis y John P. Harris alquilaron un almacén en Pittsburgh con la idea de realizar proyecciones en sesión continua.

Los pases se prolongaban desde las ocho de la mañana hasta las doce de la noche. El *nickelodeon* acababa de nacer. Fueron aquellas primitivas salas de proyección almacenes, salones o garajes reconvertidos. Su aforo estaba siempre en torno al centenar de butacas y en ellas, al módico precio de un níquel – moneda de 5 centavos – se podía asistir a la proyección de filmes de uno o dos rollos. (Memba, 2008, p. 35).

En esta época las proyecciones eran sumamente rentables a lo largo de toda la geografía mundial. La rentabilidad media de una película se encontraba en la venta de unas veinte copias y hacia 1910, sólo en Estados Unidos, había unos diez mil *nickelodeons* distribuidos por todo el país. Sin embargo, en el proceso de unos años quedarían obsoletos y darían paso a las salas cinematográficas estables.

El cine había abierto sus puertas a nuevos y exigentes espectadores que pedían salas cinematográficas más cómodas y mejor acondicionadas que los *nickelodeons*, los chiringuitos que se instalaban delante de los comercios o las salas de music hall, que hasta ese momento habían sido los lugares dónde se proyectaban las películas. También exigían temas y escenarios de mayor envergadura y el mundo del cine se volcó en conseguirlos. (Cousins, 2005, p. 39).

El paso del *nickelodeon* a las primeras salas de cine tuvo lugar alrededor de 1919 y fue debido a dos factores principales: por una parte, el progresivo asentamiento de las sesiones de cine como una frecuente actividad de ocio dada la prolífica producción de estos años. Y por otra parte, la incomodidad de visualizar en estos rudimentarios espacios proyecciones que cada vez tenían una duración más extensa.

En 1906 se realiza en Australia el primer largometraje de la historia, *La verdadera historia de Kelly Gang* (Tait, 1906) de John Tait, con casi una hora de duración. Una vez más se demuestra que los avances cinematográficos fueron fruto de un esfuerzo colectivo y no patrimonio de un solo país. La fascinación por el nuevo medio afectó de igual forma en todo el mundo y es por ello que las innovaciones cinematográficas que nos conducen hasta los inicios de la producción audiovisual se encuentran diseminadas por diversos lugares.

En estos años, en Japón había una prolífica producción cinematográfica. A pesar de que las primeras proyecciones venían de Europa, como los cortometrajes de los hermanos Lumière de finales del S. XIX, inmediatamente comenzaron a tener cine propio inspirado en los dos principales estilos de teatro, el *kabuki* y el *shimpa*.

La producción de películas autóctonas tuvo lugar muy pronto siguiendo los modelos occidentales y, hacia 1908, ya existían cuatro productoras de cine. Shoshiku, que se estableció más tarde, ha sobrevivido hasta el día de hoy y es la productora más famosa de Japón. Antes de dedicarse a la producción de películas producía obras teatrales, algo poco frecuente en occidente. (Cousins, 2005, p. 40).

También en estos años, en un incipiente Hollywood, sucedía lo que se conoce como la “guerra de las patentes”²⁰, un conflicto que se desarrollaba desde 1897 “cuando Edison se dio cuenta de la importancia de los derechos sobre el nuevo medio cinematográfico”. (Cousins, 2005, p. 41).

Tal y como relata Cousins (2005), la película que había inventado Eastman fue mejorada por Edison con el troquelado que conseguía fijarla a la cámara. Edison patentó esta mejora de manera que todo aquel que quisiera usar este sistema tenía que pagar los derechos de autor. Esto provocó la aparición de la Motion Picture Patents Company (MPPC), más conocida como *the trust*. Tras años en los tribunales, pasando de la “guerra de las patentes” a la “*trust war*”, el conflicto finalizaría en 1918 con la declaración de la MPPC como un monopolio ilegal.

²⁰ Cousins (2005) sitúa la “guerra de las patentes” desde 1897 hasta 1908.

A pesar de esta resolución, el éxodo de los cineastas y productores hacia la costa oeste de EE.UU ya había empezado dando lugar a la creación de Hollywood, que “tiene su origen en aquellos primeros productores como Laemmle²¹, que fundó los Universal Studios en 1915”. (Cousins, 2005, p. 42)

La guerra de patentes y la *trust war* tienen una importancia sustancial en la historia de la producción cinematográfica ya que el nuevo arte, el nuevo negocio y posterior industria cultural se asienta sobre una constante puja sobre los medios técnicos y, en mayor o menor medida, es una concepción de la producción arraigada hasta nuestros días. Los inicios del cine fueron significativos en todos los continentes ya que parece que se da la característica común de que todo país, con los recursos necesarios para desarrollar una industria cinematográfica, cayó en la cuenta de la importancia y las posibilidades del nuevo medio.

En el territorio asiático podemos desatacar tres países sobre los demás: Japón, China e India. Como ya se ha mencionado anteriormente, la producción de películas propias en Japón empezó muy pronto. En un principio se seguían los modelos occidentales pero durante la segunda década del siglo XX el enorme influjo de los estilos teatrales en el cine japonés daría lugar al desarrollo de la figura del *benshi* o narrador de películas, que explicaba los acontecimientos que sucedían en la pantalla y que, en ocasiones, añadía efectos de sonido.

²¹ En 1910, Laemmle desafió en los tribunales a la MPPC iniciando lo que se conoce como *Trust War*, que finalizó en 1918, cuando los tribunales declararon la MPPC como un monopolio ilegal. (Cousins, 2005)

Hacia 1908, estos *benshi* empezaron a influir incluso en la producción de las películas, por ejemplo, pidiendo escenas más largas para poder disponer de más tiempo para hablar y describir lo que ocurría en la escena. Algunos de estos *benshi* se hicieron muy famosos y cada lugar del país tenía sus favoritos. Llegaron a ser decisivos en la distribución del cine japonés hasta finales de los años treinta. (Cousins, 2005, p. 41).

En las primeras películas japonesas, las líneas argumentales se desarrollaban en paralelo creando sofisticadas imágenes influenciadas por la tradición teatral y, por otra parte, el relato protagonizado por el *benshi*. Cómo explica Cousins (2005, p. 45), el crítico Noël Burch afirmó que esta fórmula disruptiva entre imagen y relato “daba fe de lo distintas que era la cultura oriental y occidental en este aspecto”.

Se perciben ciertas similitudes históricas entre las fórmulas de Japón y los inicios cinematográficos de China. En 1896, sólo un año más tarde que el histórico momento del Salon Indien de París, tuvo lugar en el salón de té Xu de Shangai la primera proyección de una película en China. A pesar de que no existe información veraz de quién fue el artífice de llevar el cinematógrafo al país asiático, sí se conoce que esta primera sesión fue denominada “Teatro de las imágenes occidentales”.²²

En 1905 se rodaba la primera película china, *La montaña Ding Jun* (Jingfeng, 1905) y en 1908 se construía el Hongkou Film Theatre en Shanghái, la primera sala para uso exclusivo de exhibición cinematográfica.

²² Existen varias teorías sobre la llegada del cinematógrafo y la primera proyección cinematográfica en China: “(...) traído por un español procedente de Filipinas cuyo nombre era Álex Ramos, y en el que se mostraban escenas de acróbatas. Otras fuentes indican que fue un camarógrafo de los hermanos Lumière el responsable del espectáculo de variedades” (Sazatornil y Alonso, 2012, p. 16)

La primera compañía productora cinematográfica creada en China, se fundó también en Shanghai, en el año 1909, con el nombre de Yaxiya Film and Theatre Company, igualmente conocida como Asia Film Company, y su principal impulsor fue un empresario estadounidense llamado Benjamín Polaski, junto a dos socios chinos, otro hombre de negocios llamado Zhang Shichuan y un productor - actor de teatro cuyo nombre era Zheng Zhengqiu - , los cuáles posteriormente crearon otra productora llamada Star Film Studio, por lo que a Zheng Zhengqiu, merced a estas iniciativas, se le considera el padre de cine chino. (Sazatornil y Alonso, 2012, p.16)

En 1913, Zhang Shichuan y Zheng Zhengqiu rodaron la película *The difficult couple* (Sicuan, 1913) con el Star Film Studio. Ese mismo año, Polaski rodaba en Hong Kong *Zhuangzi test his wife* (Polaski, 1913), película que supuso la incorporación de la mujer al cine chino ya que hasta ese momento sólo actuaban hombres, incluso en los papeles femeninos siguiendo la tradición teatral de la época en la que los actores de diferente género no debían de compartir escenario.

La tradición cinematográfica en China y Japón se desarrolló de forma temprana y dio lugar a una actividad muy prolífica. En el caso de la India, los inicios y evolución del negocio cinematográfico se tratarán en detalle en el próximo capítulo. Este país ostenta el liderazgo en la producción mundial y también responde a unos inicios tempranos

Retrocediendo un poco en la línea temporal y cambiando al escenario europeo de principios del siglo XX se pueden observar diferentes formas de gestión de la actividad cinematográfica. Mientras en Inglaterra se sigue produciendo de forma casi artesanal, en Francia empieza a operar la Pathé Frères que, en apenas cinco años, conseguirá organizar un monopolio que abarca desde la producción y el revelado de las emulsiones hasta las salas

donde se exhiben las películas; además de los guiones, los realizadores, los intérpretes y los proyectores. Desde 1902 la empresa monopolística de Pathé había abierto sucursales en Londres, Nueva York, Berlín, Moscú, Bruselas, San Petersburgo, Ámsterdam, Barcelona, Milán, Rostov, Calcuta, Varsovia y Singapur, entre otras importantes ciudades a nivel mundial (Memba, 2008). El cine mudo de los primeros años permitió una pseudo-globalización ya que, al estar exento de diálogos, no sufría ante la barrera idiomática (como veremos que ocurre más tarde con el cine sonoro) y permitía la distribución internacional de las películas.

La presencia de las agencias Pathé en diversos países supuso una gran rentabilidad de la actividad cinematográfica que llevó a la empresa a introducir un cambio significativo en el modelo de producción y comercialización a través de la exhibición. “En 1907, la Pathé dejó de vender sus películas para explotarlas exclusivamente a través de sus propias salas” (Memba, 2008, p. 36). Este imperio del cine, uno de los primeros y antesala del sistema de estudios *hollywoodiense*, se mantendrá hasta la Primera Guerra Mundial.

En el plano artístico destacan Alice Guy y Meliès como exponentes en este contexto europeo que, junto con Stanton Porter en Estados Unidos, son pioneros en la introducción de las líneas argumentativas. En el caso de Meliès, además, se suma su labor precursora en el trucaje y la fantasía cinematográfica.

Meliès anticipa aspectos y configuraciones del cine del futuro, pero permanece sustancialmente prisionero de su romanticismo. Es, en cambio, el realismo industrial de los empresarios del cine francés, lo que, en una dura pugna con la industria y el mercado americanos, hace posible su desarrollo. (Costa et al., 1998, p. 126).

Los primeros años de creación y asentamiento de la industria cinematográfica en Europa se verán truncados a causa de la guerra. “La Primera Guerra Mundial interrumpe la actividad cinematográfica en unos países, o la reduce al mínimo, mientras que en Estados Unidos la producción no tiene freno alguno.” (García Fernández, 2011, p. 47)

De esta forma, Francia pierde su hegemonía como uno de los principales países productores y distribuidores de películas. La contienda también afectó a otros focos cinematográficos, como el caso de China que dependía de Alemania como principal proveedor de material de rodaje y tuvo que empezar a comerciar en 1916 con Estados Unidos.

Paralizado el cine europeo por el desarrollo de la contienda mundial, la industria de Hollywood pudo conquistar cómodamente unas posiciones comerciales y una primacía industrial, base de la situación económica que ha conservado hasta nuestros mismos días. Hollywood comenzó a imponer sus películas en todos los mercados (con las eficaces fórmulas coactivas del *block-booking* y el *blind-booking*)²³ gracias al creciente prestigio de sus estrellas, convertidas en auténticos arietes comerciales. (Gubern, 2014, p. 123)

Gracias al inicio del *star system* y al amparo de la recesión europea, en Estados Unidos, el cine termina de afianzarse como industria con la fundación de las primeras *majors* durante la época que precede a la llegada del sonido.

²³ El *block-booking* y el *blind-booking* consistían en unas técnicas de venta, popularizadas en los años veinte, en las que varias películas eran comercializadas como un bloque unitario de forma que el exhibidor se encontraba obligado a comprar películas que no había visto y en muchas ocasiones de una calidad inferior a las películas que sí deseaba adquirir.

En 1917, tras la disolución de la MPPC, los productores independientes comenzaron a crear empresas que se convertirían en vastos imperios cinematográficos. “De este modo nació la industria del cine, y las películas empezaron a producirse en serie de un modo similar a la fabricación del modelo T de la Ford”. (Cousins, 2005, p. 63).

El primero de estos futuros imperios del cine sería la Paramount Pictures, a la que le seguirían la Warner Bros y más tarde, la Metro Goldwyn – Mayer y la hoy desaparecida, RKO. El establecimiento de estas compañías supondría el afianzamiento definitivo de la industria cinematográfica e iniciaría la época dorada de Hollywood que se prolongaría hasta 1945.

En estos años, mientras Hollywood ponía en marcha la gran maquinaria cinematográfica, se iniciaba otro de los gigantes del cine europeo, el cine soviético. El cine ruso prerrevolucionario fue una sucursal del monopolio francés y estaba poblado por un estilo rancio y aristocrático. Después de la revolución de 1917 comenzaron a trabajar los primeros realizadores soviéticos que, además de una renovación conceptual y artística, traían de la mano un nuevo modelo de producción. El gobierno comunista, instaurado en Rusia tras el derrocamiento del Zar, vislumbró en el cine un importante vehículo de comunicación con un pueblo que en ese momento era analfabeto²⁴ en su mayoría.

El decreto de nacionalización de la industria cinematográfica, en virtud del cual esta actividad pasaba a depender del comisariado de Educación del Pueblo, fue firmado por Lenin el 27 de agosto de 1919 y al mes siguiente se creaba en Moscú la Escuela Cinematográfica del Estado (GIK), bajo la dirección del realizador Vladimir Gardin, que fue por unos años el primer y único realizador del cine bolchevique. (Gubern, 2014, p. 164)

²⁴ “A principios de siglo, el 76% de la población rusa de más de nueve años era completamente analfabeta.” (Gubern, R. 2014, p. 164)

A pesar del interés que había demostrado el nuevo gobierno en el medio cinematográfico, la guerra civil mantuvo la actividad prácticamente paralizada hasta los años veinte, cuando se empezó a conocer a los grandes artífices del nuevo cine soviético.

Kuleshov comenzó a dar clase en el Instituto de Cine de Moscú y tuvo discípulos de la talla de Pudovkin o Boris Barnet. La concepción del cine de Kuleshov, influenciada por la revolución industrial rusa, provocó que tuviese una prolífica obra cinematográfica con marcados tintes políticos. Pero es su experimentación con el montaje y su teorización sobre la dirección cinematográfica lo que le valdría el reconocimiento internacional.

“Animada por su aliento reparador, pero en las antípodas estéticas, se situó la obra del operador y documentalista Dziga Vértov.” (Gubern, 2014, p. 167) A través de las teorías del “cine-ojo”²⁵ reclamaba el cine como medio para contar la verdad trabajando en el nivel conceptual opuesto a las corrientes del momento, que concebían la producción de películas para el entretenimiento del público.

La producción soviética de este período está amparada por el gobierno que considera el cine como un elemento indispensable de su aparato propagandístico. De esta forma, lejos de lo que había sido el cine en la época zarista, las películas son didácticas y al servicio de la revolución. Los directores, procedentes de las vanguardias artísticas, se postulan como nuevos creadores y la experimentación marca la tendencia, sobre todo en el montaje.

De esta forma, el capítulo del cine soviético supuso una vanguardia, no sólo en el terreno artístico, sino también, explorando nuevos caminos en la forma de gestionar la producción de películas a partir de la intervención estatal.

²⁵ La teoría del Cine-ojo (Kino-glatz) tiene como meta la objetividad de la imagen comparando la cámara con el ojo humano como medio para mostrar la realidad.

En los años posteriores a la revolución, y muy especialmente a partir de 1924, el cine soviético apostó de manera decidida por los aspectos más experimentales y cohesionadores. Tenía su sede central en una academia cinematográfica moscovita dirigida por Lev Kuleshov, quien pretendía hacer un cine experimental que se adecuase al nuevo orden social. (Cousins, 2004, p. 103)

Procedente de esta escuela, destaca el trabajo de uno de los más importantes representantes del cine soviético, Serguei Eisenstein, célebre por la grandeza de sus películas y por sus estudios sobre teoría cinematográfica. En 1923 publicó “El montaje de las atracciones”, una aproximación teórica en la que postulaba el empleo del cine de atracciones y estimulantes estéticos agresivos. Al año siguiente pudo ensayar esta teoría de forma práctica al rodar su primer largometraje, *La huelga* (Mikhin, 1924).

La potencia emocional de *La huelga*²⁶ nacía más de su carácter coral – por primera vez la masa, y no unos individuos, era protagonista de un drama cinematográfico- que de sus experimentos de atracciones, a veces discutibles o desconcertantes, que crean una curiosa amalgama de realismo documental y metáforas simbolistas. (Gubert, 2014, p. 168)

Esta película fue premiada en 1925 en la Exposición de las Artes Decorativas de París. Sin embargo, debido al bloqueo y el rechazo ante el cine revolucionario, no fue explotada comercialmente fuera de la Unión Soviética. Ese mismo año rodó la película que le consagraría como un cineasta de fama mundial, *El acorazado Potemkin* (Eisenstein, 1925). El magistral montaje y la estructuración de la trama, como explica Gubern (2014), articulada en cinco actos según el modelo de tragedia clásica, hacen de esta película una obra innovadora en su tiempo.

²⁶ Referencia en la bibliografía: *La huelga* (Mikhin, 1924)

Al rodar la misma acción varias veces y repetirla en el montaje, Eisenstein lograba multiplicar las dimensiones del escenario. Alternó los planos rítmicamente, pasando de los disparos al avance de los soldados. La película llegó a tener cerca de mil trescientos planos, frente a los setecientos de una película estadounidense de esas mismas fechas o los cuatrocientos treinta de una alemana. (Cousins, 2004, p. 105)

La cinta fue elegida como mejor película de todos los tiempos por un jurado compuesto por historiadores de diferentes países. Después del gran éxito de la película continuó trabajando en Estados Unidos, en México y de vuelta a la Unión Soviética, donde sus últimas obras sufrieron la censura del régimen de Stalin antes de su muerte en 1948.

Las aportaciones rusas en la concepción del cine arte y en su teorización como vehículo de expresión, transmisor de ideas y artefacto propagandístico tienen una gran importancia en la ampliación del concepto de producción cinematográfica al margen del negocio ya que el cine amparado por el gobierno no estaba sujeto a los gustos del público o a merced de su asistencia.

La década de los años veinte supone la consolidación del cine como arte y como industria. Desde los primeros ejemplos de *star system* y el inicio del sistema de estudios *hollywoodiense*, el cine estadounidense estaba en auge y se multiplicó la inversión alcanzando un considerable número de producciones. Así, en el año 1926, Estados Unidos realizó 725 películas. El cine de la época estaba consagrado al romanticismo y al entretenimiento, siendo el género cómico *slapstick* uno de los máximos exponentes. (Cousins, 2004)

En la Europa de entre guerras en la misma fecha se observa una considerable producción cinematográfica en Alemania (con doscientas películas en 1926) que seguía el modelo de cine subvencionado con apoyo del Estado e inmerso en el movimiento expresionista iniciado en 1919 con *El gabinete del*

doctor Caligari (Wiene, 1919). Esta película fue una fuente de inspiración para directores como Murnau, responsable de la dirección de *Nosferatu* (Dickmann, 1922), o Fritz Lang que dirigió la célebre *Metrópolis* (Pommer, 1927). El cine alemán precedente a la llegada del sonido fue un compendio de obras de arte cinematográficas.

En Francia, el cine sufría una crisis en el momento en que Estados Unidos y Alemania estaban en pleno auge. A pesar de realizar sólo cincuenta y cinco películas ese mismo año (1926), destaca el nuevo concepto de superproducción y la cámara subjetiva de las obras de Abel Gance con ejemplos que marcaron un antes y un después como *La rueda* (Gance, 1923) o *Napoleón* (Gance, 1927).

La industria se va encaminando hacia un modelo de negocio consolidado que busca la máxima rentabilidad y que abandona referentes que apenas resultan de interés para el espectador por otros que le atrapan semana tras semana. Los empresarios descubren que el modelo experimenta una transición a través de numerosas aportaciones creativas que modifican la estructura de las historias pero el coste supone un riesgo demasiado elevado para dedicarse únicamente a ese tipo de grandes producciones con artificiosos escenarios y numerosos elencos. Se combinan fórmulas muy variadas para que el espectador tenga un motivo para ir a la sala de cine. Unos países responden con aportaciones notables y otros se convierten en imitadores del modelo aplicado por cinematografías como la estadounidense, la francesa o la italiana. (García Fernández, 2011)

En este escenario de continua evolución y experimentación artística se encontraba la cinematografía mundial en la década de los años veinte, que concluirían con una de las transformaciones más significativas de la industria con la llegada de las películas con sonido a partir de 1927.

6. 6. 2. 1927 – 1950: La llegada del sonido y del color.

A pesar de que el sonido llegó al cine para quedarse, en los primeros momentos la irrupción sonora de la pantalla surgió rodeada de una gran controversia. Los experimentos para acoplar imagen y sonido se remontaban a 1877 con el fonógrafo de Edison (Memba, 2008); pero no fue hasta el 6 de octubre de 1927 en el Teatro Warner cuando fue visionada la primera película sonora de la historia, *El cantor de jazz* (Crosland, 1927). (Gubern, 2014)

En estos años de esplendor cinematográfico los estudios de Hollywood dominaban el mercado con una prolífica producción y cuantiosos beneficios. Sin embargo, los hermanos Warner “cuyos negocios bailaban sobre la cuerda floja de la bancarrota, pensaron que tal vez podían alejarse del fantasma del *crack* si lanzaban al mercado la golosa novedad del cine sonoro.” (Gubern, 2014, p. 219).

Uno de los primeros intentos de cine sonoro se llevó a cabo en la película *Don Juan* (Crosland, 1926) dónde existía una sincronización musical con motivos de la ópera de Mozart, luego con *Orgullo de Raza* (Crosland, 1927), ambas de Alan Crosland y finalmente con la mencionada película *El cantor de jazz* (Crosland, 1927), en la cual el protagonista se dirigía al público con un breve diálogo. La recaudación de esta película, cinco veces mayor que su presupuesto de medio millón de dólares, animó la batalla por el control del sonido. La American Telephone and Telegraph Company de la Banca Morgan ejercía el dominio en el terreno de fabricación de aparatos. Esta compañía era la propietaria de la patente del sistema Vitaphone desarrollado por Case y Sponable a través de la filial Western Electric. En un principio se utilizaban discos gramofónicos, empleando luego el sistema de fotografiar las oscilaciones sonoras sobre la película que fue el que trascendió y se utilizó de forma habitual. (Gubern, 2014)

Por su parte, el Chase National Bank, feudo de Rockefeller, (...) detentaba los derechos de la patente Photophone a través de su filial Radio Corporation of America, y para explotarla, absorbió un gran circuito de exhibición, el Keith Orpheum Theatre Circuit, lo que hizo nacer un nuevo trust cinematográfico: el Radio Keith Orpheum Corporation o RKO. La banca Morgan y Rockefeller, en consecuencia, pasaron a controlar la industria del cine sonoro americano a través de sus patentes. (Gubern, 2014, p. 220).

La llegada del sonido cambiaría la industria del cine para siempre: en las producciones hacían falta nuevos profesionales para captar el sonido y las voces de los actores, había banda sonora musical que acompañaba a las imágenes por lo que era necesario componerla y la narrativa audiovisual ofrecía nuevas alternativas en la composición de planos gracias a la información aportada por el sonido en la escena.

Todos los niveles dentro de la cadena de la producción cinematográfica se verían afectados por el sonido. Desde la reconversión de las salas de cine para ofrecer las nuevas películas parlantes, hasta el proceso de rodaje, formación actuarial y métodos de dirección de cine.

La implantación del cine sonoro duplicó en poco tiempo el número de espectadores cinematográficos e introdujo cambios revolucionarios en la técnica y en la expresión cinematográficas. Los cambios, al principio, fueron decididamente negativos. Encerrada en pesados blindajes insonoros, la cámara retrocedió al anquilosamiento e inmovilidad del protohistórico “teatro filmado”; además, el ritmo de sus encuadres fijos, como las viejas estampitas de Meliés, vio su fluir bruscamente frenado por su sujeción a interminables canciones o diálogos. (Gubern, 2014, p. 221).

La polémica ante la llegada del sonido estaba servida. Durante la primera época de convivencia entre el cine sonoro y el cine mudo, que se prolongó hasta los años treinta, hubo defensores y detractores de los *talkies* ²⁷ a partes iguales. “El cine volvió así a esa abominable teatralidad contra la que se alzaron todos aquellos que se afanaron en la búsqueda de un lenguaje fílmico propio, desde la escuela de Brighton hasta el triunvirato rector del primer cine soviético.” (Memba, 2008, p. 139)

En plena época de vanguardias artísticas y efervescencia cultural del período entre guerras, hubo muchas objeciones ante el cine sonoro que en vez de utilizar el sonido como un recurso más de la producción cinematográfica pasó a dominar la realización quedando la imagen y el montaje supeditados al diálogo.

Eisenstein, uno de los grandes maestros de la yuxtaposición de los planos, no dudó en firmar un manifiesto también suscrito por Pudovkin: “una falsa utilización de las posibilidades creadas por esta invención será capaz de retrasar la evolución de arte cinematográfico y hasta de destruir los progresos ya logrados (...). El cine sonoro es un arma de dos filos que se utiliza según la ley del mínimo esfuerzo. Es decir, simplemente para satisfacer la curiosidad del público.” (Memba, 2008, p. 139)

A pesar de esta controversia y alentado por la popularización de la radio, el cine sonoro había llegado para quedarse. Los espectadores, aunque no demandaban sonido en los primeros años de la historia del cine, en cuanto vieron las primeras películas habladas y ya acostumbrados a una programación

²⁷ *Talkies*: este término fue utilizado para referirse a las películas sonoras o parlantes en los primeros momentos del cine sonoro, a finales de los años veinte y durante la década de los años treinta.

radiofónica²⁸ regular, fueron seducidos por las voces y melodías de sus actores y actrices favoritos.

En Europa, *El Cantante de jazz* (Crosland, 1927) fue estrenada en el Piccadilly Theatre de Londres el 27 de septiembre de 1928, un año más tarde de su estreno americano. En 1929, se estrena la primera película europea sonora, la producción alemana *Ich küsse Ihre Hand, Madame* (Haiman, 1929). La película fue hecha con el sistema *sound-on-film* controlado por la firma alemano-holandesa Tobis.

La revolución del cine sonoro benefició a Alemania, en primer lugar, porque disponía de las patentes nacionales de registro y reproducción de sonido y, en segundo lugar, porque reabsorbió buena parte del censo artístico alemán emigrado a Hollywood, cuyo marcado acento extranjero le impidió continuar allí su carrera. (Gubern, 2014, p. 226).

El sonido afectó a la industria cinematográfica enormemente en muchos aspectos ya que, además del plano artístico que se ha comentado, supuso una atomización y reestructuración del mercado que con el cine mudo había sido, en cierta forma, un mercado global. La diversidad idiomática constituyó un obstáculo a la difusión universal “que se trató de resolver con el rodaje de diferentes versiones de cada película en varios idiomas”, (Gubern, 2014, p. 225) incrementando los costes de producción de la obra cinematográfica.

Durante los años que siguieron a la primera película sonora los principales países europeos se unieron a Hollywood en la transformación hacia el sonido. Algunas de estas películas se rodaban en estudios estadounidenses mientras Europa llevaba a cabo la conversión tecnológica.

²⁸ A partir del año 1920 tuvieron lugar las primeras radiodifusiones públicas en muchos países. En algunos como Estados Unidos, Canadá, Francia e Inglaterra encontramos una programación ya regularizada en esa fecha. Fuente: <http://www.unesco.org/>

Las primeras creaciones del nuevo cine sonoro se proyectaban sincronizadas con frágiles e incómodos discos. Pero Eugène Lauste había demostrado que las vibraciones del sonido se podían fotografiar sobre la película, incorporándose a una banda sonora paralela y continua a las imágenes sobre el mismo soporte.²⁹ (Gubern, 2014, p. 226)

En el caso de Francia, que hasta esa época había gozado de una gran producción cinematográfica, la llegada del cine sonoro vendría acompañada de numerosos problemas y grandes oportunidades. Los directores franceses gozaban de fama internacional por la calidad de sus películas que se comercializaban en todo el mundo y las obras realizadas en los años treinta contribuyeron a ensalzar esta fama.

Sin embargo, tuvieron muchas dificultades en el proceso de transformación ya que tenían una industria cinematográfica asentada y desarrollada pero que carecía de patentes propias. “Los franceses, para sonorizar salas y estudios de rodaje, tuvieron que pagar réditos formidables a Alemania y Estados Unidos” (Memba, 2008, p.141)

Autores como Memba (2008), Gubern (2014) y Cousins (2009), insisten en la grandiosidad del realismo poético francés de esta época. Pero para desarrollar este capítulo de la historia cinematográfica tuvieron que solventar la crisis que supuso la llegada del sonido en la industria francesa del cine. Las primeras películas sonoras europeas se llevaron a cabo en una pugna entre las empresas autóctonas como British Sound Film Productions (BSFP) y las empresas americanas, a las que muchos directores acudían a rodar. La BSFP utilizaba el sistema Phono Film de De Forest, responsables en 1928 de la primera película sonora europea, *The Clue of the New Pin* (Smith, 1929), una producción de British Lion.

²⁹ La inclusión de la banda sonora, de 2,13 mm de anchura, junto al borde izquierdo de los fotogramas, obligó a reducir sus dimensiones, que pasaron de 18 x 24 mm (formato mudo) a 15,25 x 20,95 mm. (Gubern, 2014, p. 226)

En mayo de ese mismo año, *Black Waters*, se promocionó como la primera película completamente hablada del Reino Unido, sin embargo, había sido rodada en Hollywood con el sistema sound-on-film de Western Electric.

Dirigida por Alfred Hitchcock, *Blackmail* (Maxwell, 1929), se estrenó en Londres el 21 de junio de 1929. Era una producción de British International Pictures (BIP) que fue grabada en RCA Photophone con General. Inglaterra fue uno de los primeros países en apostar por esta novedad tecnológica en la producción y también en la exhibición, con más del 60 % de sus salas de proyección preparadas para el cine sonoro a principios de los años treinta.

La industria cinematográfica de la Unión Soviética realizó sus primeras películas sonoras en 1931. Dziga Vertov dirigió *Entuziazm* (Vertov, 1931) utilizando una banda sonora experimental y sin diálogos, demostrando el compromiso artístico del cine soviético como una constante durante todo este período. “La industria del cine mundial no tardó en darse cuenta de que las películas vanguardistas de bajo presupuesto constituían el canal más productivo para hacerse notar en el panorama cinematográfico internacional.” (Memba, 2008, p. 151)

Sin embargo, la conversión al sonido en Europa fue lenta y se encontraba por debajo de las cotas de producción cinematográficas del momento. Muchas de las películas sonoras estaban condenadas a visualizarse como mudas ante la falta del equipamiento adecuado en muchas salas cinematográficas. Esta primera gran transformación de la industria cinematográfica mundial ralentizó la cadena, hasta ese momento muy fluida, entre productores, distribuidores y exhibidores. Además, con la llegada del sonido el negocio del cine acusó la reducción del mercado global ante las nuevas barreras idiomáticas.

En la mayor parte de Europa, la transformación de los exhibidores no iba al ritmo necesario para dar cabida a la producción de películas sonoras y se requería que las películas habladas fueran producidas en paralelo con versiones mudas o simplemente presentadas sin sonido en muchos lugares. Este proceso de conversión fue relativamente rápido en Gran Bretaña, con más de la mitad de salas cinematográficas equipadas para el sonido a finales de 1930, igualando el porcentaje de Estados Unidos en la misma época. En Francia, en cambio, más de la mitad de los cines a escala nacional seguían proyectando cine mudo a finales de 1932. La situación en la Unión Soviética era mucho más desalentadora ya que, en 1933, menos de un 1% de los proyectores de cine del país estaban equipados para el sonido.

En el plano de la creación y producción de películas, el sonido había condicionado la creatividad hasta que, en estos años, a partir de 1933, se abrieron nuevas posibilidades con la introducción del micrófono direccional y el descubrimiento, gracias al director Rouben Momoulian, de que era posible grabar más de un sonido de forma simultánea. “Conceptos como el ruido de fondo, el “paisaje sonoro” y los sonidos amenazadores o de alerta hicieron su aparición por aquel entonces.” (Cousins, 2004, p.121)

“Alemania irrumpe en el sonoro más dotada que cualquier otro país de Europa. Está en condiciones de producir su propio sonido, tiene los mejores estudios del continente, la UFA, y la mejor nómina de realizadores.” (Memba, 2008, p. 158). En la Italia de Mussolini, el cine italiano, fue promovido por los poderes gubernamentales como un importante método de propaganda. Este interés en el cine por parte de las autoridades del país, se materializará en la construcción de los Estudios Cinecittá en 1937 y que mantendrán su actividad hasta 1943 siendo recuperados de nuevo en los años cincuenta para dar lugar a las grandes producciones de Hollywood.

En Asia, los años treinta fueron una época dorada especialmente en la India (que veremos en profundidad en el próximo epígrafe) y también en China, donde se realizaron “entre 1928 y 1932 unas 400 películas entre las aproximadamente 50 productoras existentes en Shanghái, considerándose los siguientes diez años un periodo de madurez y consolidación.” (Sazatornil y Alonso, 2012, p. 29)

La tecnología que se utilizaba en las producciones de los años treinta, era la misma que se utilizaba en Estados Unidos y Europa, pasando los guiones y la música a figurar como los elementos más destacados a la hora de enjuiciar una película. Con el desarrollo de la industria y las técnicas cinematográficas, el número y calidad de producciones y personal especializado se incrementó notablemente. (Sazatornil y Alonso, 2012, p. 29)

Esta época de esplendor, también lo fue para el cine japonés que contaba con notables obras cinematográficas y un modelo de producción similar al de Hollywood con una estimación aproximada de unos cuatrocientos títulos anuales, aunque seguía siendo principalmente mudo. Autores como Cousins o Memba nos hablan de esta época la edad de oro de cine japonés a pesar de su aislamiento político, técnico y artístico, y de Yasujiro Ozu como uno de los máximos exponentes del cine mundial. Pero dados los acontecimientos de estos años, el esplendor chino y japonés se vio empañado por la guerra que llevó a ambas cinematografías al declive.

El período de la historia del cine que se inicia en 1927 con la llegada del sonido a las pantallas no sólo se define a partir de esta notable transformación de la industria cinematográfica, también en estos años tiene lugar otro acontecimiento histórico: la llegada de la tecnología del color que se asentará en la década de los treinta.

Como demuestra el trabajo de Bordwell, Staiger y Thompson (1997) sobre la estandarización y el modo de producción en Hollywood, estos avances tecnológicos condicionaron la organización empresarial de los estudios de cine. El cine en color, al igual que ocurrió con el sonido, no era una novedad. Existían experimentos para el desarrollo de esta técnica desde 1916, pero fueron necesarias varias décadas más para mejorar los primeros sistemas e implantarlos finalmente en la industria.

Los diversos intentos de dotar al cine de color ya desde la fase de producción mediante el uso de películas que transfiriesen tonalidad a la imagen resultaron en el desarrollo de sistemas como el pionero Kinemacolor o el Chronocrome, considerado el primer sistema comercializado. "Pero tanto el Kinemacolor como el Chronochrome dependían de unos proyectores especiales para su funcionalidad, lo que provocó que su explotación estuviera limitada." (Molina *et al.*, 2013, p. 533)

La II Guerra Mundial afectó gravemente la industria del cine en color provocando la vuelta al blanco y negro de muchos directores, sobre todo en Gran Bretaña, que ya había producido varias películas de éxito con esta técnica. Desde finales de los años treinta Inglaterra vive uno de los capítulos más brillantes de su historia destacando las películas de Hitchcock y la labor del productor Michael Balcon al frente de los estudios Ealing. (Memba, 2008)

"A pesar de los muchos procedimientos utilizados, la autentica revolución del color en el cine llegó de manos de la compañía Technicolor, fundada en 1916 por Herbert Kalmus, Daniel Comstock y W. Burton Wescott." (Molina *et al.*, 2013, p. 535) Tras innovar mediante diferentes procesos, finalmente se consolidó el proceso tricromático. Walt Disney "adoptó (...) el Technicolor a partir de *Árboles y flores* (Disney, 1932)" (Gubern, 2014, p. 282), el primer cortometraje de animación que ganó un Oscar de la Academia y que utilizó este sistema íntegramente.

La feria de la vanidad (Macgowan, 1935) de Rouben Mamoulian es considerado como primer largometraje en Technicolor por Memba (2008) y Cousins (2004). Las películas musicales, precedidas de un gran éxito de recaudación ante la expansión de este género durante estos años, fueron las más beneficiadas. Sin embargo, muchos directores tuvieron bastantes reparos para el rodar en color, debido a que era un proceso mucho más costoso, y siguieron finalizando mayoritariamente en blanco y negro hasta bien entrada la década de los años cuarenta.

En esa época se rodaron algunas películas como *Robin de los Bosques* (Curtiz, 1938), que costó casi dos millones de dólares y fue rodada principalmente en escenarios naturales. La película no obtuvo el éxito esperado y esto hizo temer a los productores que dudaban ante las innovaciones técnicas de este período marcado por "la reestructuración que provoca la crisis, cuando Hollywood se articula en torno a los ocho grandes estudios". (Memba, 2008, p. 139)

Al mismo tiempo, *Blancanieves y los siete enanitos* (Disney, 1937) cosechó un gran éxito que llevó a Walt Disney a seguir expandiendo el uso del color para sus películas animadas. Otros de los ejemplos emblemáticos en la introducción y asentamiento del Technicolor en el cine son *El mago de Oz* (LeRoy, 1939) y *Lo que le viento se llevó* (Selznick, 1939). (Gubern, 2014)

El mayor éxito comercial del cine sonoro americano nacerá de la traducción cinematográfica de un *best-seller*, la novela sudista y racista de Margaret Mitchell *Lo que el viento se llevó* (*Gone with the wind*, 1939), iniciada por George Cukor y concluida por Victor Fleming, que impone definitivamente el procedimiento Technicolor y con sus recaudaciones se coloca a la zaga de *El nacimiento de una nación*.³⁰ (Gubern, 2014, p. 251)

³⁰ Referencia en la bibliografía: *El nacimiento de una nación* (Griffith, 1915)

Al igual que ocurrió con el sonido, el desarrollo del color en el cine estuvo plagado de altibajos y debates que se resolverían en la década de los sesenta. El coste de realización de una película había sufrido un considerable incremento debido a razones técnicas, estéticas y comerciales. En el plano técnico debido a la implementación de nuevos requerimientos que permitiesen dotar a las películas de sonido y color. Este incremento también se vio reflejado en las estrategias comerciales de los exhibidores ante la necesidad de adaptar sus salas de cine para dichas novedades. El cine se iba transformando en industria cultural y la profesionalización del proceso de producción requería de trabajadores cada vez más especializados y equipos más numerosos.

6. 6. 3. 1950 – 1970: La llegada de la televisión y el Cinemascope.

Al observar las controversias surgidas ante la llegada del sonido y el color se puede inferir cómo los procesos de la cinematografía para asumir los avances tecnológicos son lentos y habitualmente vienen precedidos de un período de confusión y una fase posterior de adaptación.

La década de los años cuarenta, una vez asumidos los ajustes de sonido y color, había sido muy fructífera para los grandes estudios de Hollywood que concentraban el noventa y cinco por ciento del negocio cinematográfico del país. “Durante la temporada 1934 – 1944, por ejemplo, las Cinco Grandes ingresaron casi el 75 por ciento de la totalidad de las recaudaciones de taquilla obtenidas en Estados Unidos. Las Tres Pequeñas, el 20 por ciento.” (Gomery, 1991, p. 24)

Durante los años previos a la llegada de la televisión el cine no tenía ningún competidor y lideraba el ocio en la mayoría de los países donde, a su vez, lideraban el mercado las compañías de distribución de las *majors* norteamericanas.

Una de las mayores crisis a las que se enfrentó la industria cinematográfica mundial fue la popularización de la televisión en los años cincuenta en un mundo dividido tras la II Guerra Mundial. “Hollywood tenía buenas razones para inquietarse seriamente. Los 4.680 millones de espectadores de 1947 habían descendido a 2.470 millones en 1956, a pesar del crecimiento demográfico del país.” (Gubern, 2014, p. 375)

Obligado a compartir su liderazgo con la nueva pantalla de la televisión, el cine entró en una época de recesión sin precedentes. “Faltas de público, muchas salas de cine cerraron sus puertas, la poderosa RKO (...) desapareció en 1957 y actores populares (...) abandonaron la gran pantalla, contratados por las cadenas de televisión.” (Gubern, 2014, p.375)

En octubre de 1957, cuando Bronston³¹ viene a España (...), el cine vive una de sus crisis más grandes. La televisión comienza a generalizarse y la gran pantalla, en su contraataque, sólo puede ofrecer precisamente eso: grandeza. Grandes elencos de actores internacionales, grandes formatos, grandes metrajes... (Memba, 2008, p.408)

En un principio, los grandes estudios cinematográficos vieron la televisión como una verdadera amenaza para la industria del cine. “Muchos creyeron que la pequeña pantalla acabaría matando al cine, según esa lógica de sustitución (esto matará eso) que siempre surge cuando una nueva tecnología hace su aparición” (Márquez, 2015, p. 71). Las compañías reaccionaron ante la popularización de la televisión invirtiendo en publicidad y con nuevos formatos de exhibición como las macropantallas o los autocines que tuvieron en Estados Unidos un progreso meteórico pasando de 100 establecimientos en 1946, a 4700 en 1960. (Gubern, 2014).

³¹ Samuel Bronston fue un productor americano que, atraído por las facilidades y los bajos costes de producción de España, se trasladó a Madrid y rodó muchas películas americanas de la época en diferentes localizaciones españolas.

El cine y la televisión establecieron relaciones interesantes para ambos medios: la televisión absorbió un gran número de profesionales para producir contenidos y llenar sus horas de emisión. Por otra parte, la televisión supuso una nueva ventana de exhibición en la que Hollywood encontró una manera de rentabilizar viejas películas, mientras no cejaba en su empeño de innovar en la experiencia cinematográfica con fórmulas novedosas que atrajesen al público. (Márquez, 2015)

El Cinemascope fue uno de estos nuevos formatos de pantalla panorámica. “Originalmente diseñado por el inventor francés Henri Chretien en 1928, y ahora rebautizado Cinemascope, utilizaba lentes especiales anamórficas, podía comprimir una película ancha al formato estándar de 35 milímetros y luego podía descomprimirse al combinar lentes en el proyector.” (Finler, 2006, p. 55)

Las pantallas sobre las que inicialmente se proyectaban las películas en este sistema eran más amplias que las usadas tradicionalmente hasta 1953. El invento de Henry Chrétien que nombró Anamorphoscope fue denominado CinemaScope por la productora 20th Century Fox que compró las lentes anamórficas especiales para rodar las primeras producciones. “El Cinemascope tenía la ventaja de la novedad combinada con su vena práctica, pues requería sólo unos ajustes mínimos en las salas y en los sistemas de proyección, y podía filmarse con una cámara estándar de 35 milímetros.” (Finler, 2006, p. 56)

A este novedoso sistema, le siguieron otras mejoras y competidores. La compañía Panavision había empezado a fabricar sus propias lentes de 35 milímetros para Metro Goldwyn Mayer. También comenzó a introducir el nuevo procedimiento de 70 milímetros y, en los años sesenta, se anunciaba como parte de la publicidad de las películas que habían sido rodadas en Panavision.

Los exhibidores usaron estas novedades tecnológicas como reclamo para atraer más público a las salas. En el campo de la producción, estos nuevos sistemas de lentes y el aumento del tamaño de los negativos permitían nuevas escenas y planos más amplios, cuestiones que debían ser consideradas en los rodajes y que suponían repensar ciertos procesos de trabajo y, por ende, un cambio estructural en la profesión de hacer cine.

En estos años, la cinematografía de Estados Unidos se cristalizó definida por las siguientes características: En primer lugar, existía un declive del número de producciones ya que los estudios abandonaron las películas de serie “B” que completaban la programación de las salas cinematográficas, ya que en 1948 fueron prohibidas las técnicas de *blind booking* que garantizaban la distribución de estos contenidos. Por otra parte, existía un auge de las super producciones épicas alentadas por los nuevos sistemas panorámicos de grabación y exhibición. Y por último, las pequeñas productoras o productoras independientes comienzan a apostar por producciones con una inversión modesta y sobre temas polémicos en íntima relación con la penetración y aceptación del cine europeo que respondía a criterios intelectuales más adultos, como se aprecia en las corrientes artísticas de la *nouvelle vague*, el neorrealismo italiano o el cine sueco. (Gubern, 2014)

También destaca el cine japonés que en los años cincuenta, como indica Cousins (2004), se encuentra en su segunda edad de oro dado el reconocimiento internacional de Kurosawa y a la adopción de la pantalla panorámica.

En Europa, la posguerra se había iniciado en Italia en 1945 con el movimiento neorrealista mostrando en blanco y negro la dureza de la II Guerra Mundial con películas como *Roma, ciudad abierta* (Rossellini, 1945) y *El ladrón de bicicletas* (Sica, 1948). En los años cincuenta este movimiento evoluciona hacia un cine más personal con nuevos realizadores como Fellini o Antonioni.

La *nouvelle vague* surgió en la Francia de finales de los cincuenta y contribuyó a ensayar nuevos modelos de producción hasta ese momento impensables, además de ser uno de los movimientos artísticos más importantes del género. Se reduce la inversión y, consecuentemente, se amplía el número de producciones realizadas dando lugar a unos años muy prolíficos.

Con la *nouvelle vague*, los directores de fotografía aprenden a decir a todo que sí. A menudo, incluso ocupan el puesto del segundo operador – el cámara – algo inconcebible anteriormente según las leyes sindicales. Es frecuente asimismo que actores y técnicos aporten sus salarios a cambio de un futuro beneficio de los ingresos en taquilla. (Memba, 2008, p. 360)

Las películas, que hasta el momento situaban el presupuesto medio de una producción entorno a los ciento cincuenta millones de francos, costaban ahora menos de cincuenta, como en el caso de *Los cuatrocientos golpes* (Truffaut, 1959) o *Al final de la escapada* (Beauregard, 1960) de Jean-Luc Godard. Los medios técnicos permiten salir fuera del estudio. Nuevas cámaras más manejables y nuevas emulsiones que permitían prescindir de la compleja iluminación redujeron los presupuestos de forma considerable y aumentaron la velocidad del proceso dando lugar a un alto índice de producciones cinematográficas.

A mediados y finales de la década de los sesenta, y al hilo de las corrientes cinematográficas europeas, comenzó a fraguarse una nueva organización en la fórmula cinematográfica que alcanzará su esplendor en los años setenta en Hollywood. Hasta ese momento, los estudios disponían de sus directores sin temor a los altos salarios que estaban reservados a las estrellas cinematográficas desde la aparición del *star system* en la época del cine mudo.

A partir de estos momentos la situación empezó a cambiar y los directores de cine ocuparon un nuevo lugar de relevancia creando estilos propios. Esta época cinematográfica está marcada por las nuevas posibilidades tecnológicas que afectan tanto a las grandes producciones como al nuevo cine arte. Se reduce el bagaje técnico necesario para salir del estudio permitiendo a los directores centrarse en el discurso artístico y desarrollar nuevos géneros narrativos. (Memba, 2008)

Los avances también afectaron al resto de la cadena cinematográfica y se producen importantes transformaciones en los exhibidores que quieren rentabilizar sus inversiones en los nuevos medios ampliando la oferta al público y dando lugar al concepto de cines *multiplex*.

El primer cine en ofrecer dos películas en dos salas y pantallas diferentes, fue el Elgin Theatre de Ottawa, en Canadá, en el año 1957. En 1947, Nat Taylor, su propietario, decidió incorporar una segunda pantalla en un terreno adyacente creando una nueva sala a la que denominó “Little Elgin”. Taylor se sentía frustrado por el hecho de tener que reemplazar películas todavía rentables por nuevos estrenos. Así, en 1957, Taylor decidió proyectar las películas viejas en la segunda sala, reservando la sala principal para los estrenos. Ésta fue la primera vez que los espectadores pudieron elegir entre dos películas proyectadas de forma simultánea. Por esta razón, Nat Taylor es considerado por muchos el inventor del concepto de los cines *multiplex*. (Márquez, 2015, p.141)

De esta forma, se intentó encontrar una fórmula que permitiese rentabilizar películas que aún no habían superado su ciclo de vida comercial en el cine ampliando esta primera ventana de exhibición que había empezado a repartir su audiencia con la televisión.

6. 6. 4. 1970 – 1990: El cine de autor y el cine en casa, New Hollywood y el *blockbuster*.

La historia del cine es una historia de incontables avances tecnológicos, estéticos y temáticos. Pero si hay un período que destacó notablemente debido a las transformaciones de la industria son las décadas de los setenta a los noventa, quizás, porque de estos cambios deriva la concepción actual del cine.

Biskind (2004, p. 11) cita a Scorsese a propósito del cine en los años setenta: “Algunos de mis amigos decían que los setenta fueron la última Edad de Oro. Y yo les decía: ¿Cómo podéis afirmar eso?, me contestaban: Bueno, teníamos a todos esos grandes directores haciendo una película tras otra: Altman, Coppola, Spielberg, Lucas...”. Efectivamente, para muchos críticos, teóricos y profesionales del cine, los setenta fueron una década excepcional. Precedidos de las corrientes artísticas de Europa, fueron unos años destacables en las cinematografías de todo el mundo. Francia, Italia, Alemania, el nuevo cine británico, el cine español, el sudeste asiático, el cine cubano, el novo cinema brasileño y también el cine africano tuvieron, en la década de los setenta, un momento de extensa producción y renovación estética y temática que dieron paso a la consolidación del cine de autor y a una nueva concepción cinematográfica, que había dado sus primeros pasos a finales de los años cincuenta con la crisis que la televisión había arrojado sobre la industria.

En los años setenta hubo dos generaciones de directores de Hollywood que cambiarían la historia y formarían el movimiento denominado New Hollywood, formado por algunos de los nacidos en los años treinta como Bogdanovich, Coppola, Kubrick, Altman, Hopper o Woody Allen; y la otra generación formada por los primeros hijos del *baby boom* de la posguerra como Spielberg, George Lucas, Brian de Palma, Terrence Malik, Oliver Stone o Martin Scorsese, entre otros.

Los grandes directores de la era de los estudios, como Jonh Ford o Howard Hawks, se consideraban a sí mismos meros asalariados, pagados -algunos incluso muy bien pagados- para fabricar entretenimiento, narradores de historias que rehuían el estilo afectado para que no interfiriese en el negocio. Por el contrario, los directores del Nuevo Hollywood no tuvieron el menor reparo en ponerse el manto de artista, ni evitaron desarrollar un estilo personal que distinguiera su obra de la de otros directores. (Biskind, 2004, p. 14)

Francis Ford Coppola fundó American Zoetrope, Steven Spielberg constituyó Amblin, y George Lucas, con Lucasfilm, fue el responsable de la saga de *La Guerra de las Galaxias* (Kurtz, 1977). Esta película supuso un antes y un después en la industria, no sólo por sus buenos resultados en taquilla, si no porque dió inicio a nuevas fórmulas comerciales mediante la venta de productos auxiliares de merchandising asociados al film.

La Guerra de las Galaxias reescribió la economía de la industria del cine. Esta histórica película, estrenada por Twentieth Century Fox en 1977, no sólo rompió el techo de recaudación, sino que también redefinió los ingresos mundiales en ventas de libros, música y productos relacionados. (Squire, 2006, p. 26)

De esta forma, se entró de lleno en la era dominada por el *box-office*, la lista de éxito elaborada a partir de la recaudación. Se hablaba de las películas que más recaudaban en un fin de semana, pero poco a poco se fue acortando esa referencia para señalar cual era la más taquillera el primer día de estreno. El mundo del cine pasó, por consiguiente, a moverse por unos derroteros claramente comerciales.

En la década de los años ochenta, en línea con lo que había acontecido con la llegada de la televisión, el cine encontró una nueva ventana con la que intentar prolongar y rentabilizar la vida de sus películas: el vídeo doméstico y las empresas de alquiler.

Entre 1980 y 1992, aunque el número de pantallas se incrementaba, los ingresos procedentes de las taquillas cada vez representaban porcentajes menores de las ganancias de las películas. “En 1981, la recaudación de las películas de los estudios en las salas mundiales representaba el 69,4 por ciento de los ingresos totales, mientras que, en 1985 y 1993, representaba el 41,4 y el 27 por ciento, respectivamente.” (Álvarez Monzoncillo, 1995, p. 28)

Recién llegado al negocio, los ingresos del vídeo aumentaban de forma espectacular en los primeros años, “mientras que en 1981 éstos suponían el 5,1 por ciento de los ingresos totales, en 1985 y 1993, supusieron el 34,5 y el 48 por ciento respectivamente “ (Álvarez Monzoncillo, 1995, p. 28) siendo el mercado del *home video* de 2.900 millones de dólares, que suponían el 33,3 por ciento de los ingresos totales de este nuevo medio.

En cualquier caso, la realidad audiovisual en los noventa está marcada por la presencia de la televisión, con una red mundial de telecomunicaciones que permite disponer en nuestros propios hogares de las imágenes más sorprendentes, impactantes y realistas que cabe esperar. (...) Hollywood por su parte – y así lo ha demostrado a lo largo de su existencia – jamás se ha mantenido al margen de los acontecimientos que se estaban produciendo en el mundo al que envía sin descanso sus películas. (García Fernández, 1998, p.74)

Este período, formado por las décadas de los años setenta y ochenta está marcado por las novedades tecnológicas que fueron ampliando los horizontes de los modelos de producción y comercialización cinematográfica, abriendo nuevas ventanas de exhibición y nuevas fórmulas de visualización, así como los tímidos inicios de los efectos especiales digitales que alcanzarían su esplendor en la década de los noventa y sobre todo en el nuevo siglo XXI; también es la era de los nuevos directores de New Hollywood, cuya influencia marcó un antes y un después en la forma de concebir y percibir el cine a nivel mundial, que se extiende hasta la actualidad: un producto artístico al servicio del *box office*.

6. 6. 5. 1990 – 2010: La era digital.

Las transformaciones industriales sucedidas durante la historia del cine han ido abriendo diferentes caminos y posibilidades en la realización cinematográfica. La exploración en la búsqueda de nuevas imágenes alcanza su apogeo a partir de la introducción de efectos digitales e imágenes generadas por ordenador.

El término “cine digital” comenzó a utilizarse en los 90, coincidiendo con la introducción de videocámaras digitales de alta resolución junto con una nueva generación de proyectores digitales. (...) La introducción de la tecnología digital en las cabinas de proyección ha llevado a los cines un paso más cerca de nuestro creciente mundo interconectado. Ahora, los fabricantes de proyectores integran puertos de Ethernet, controles de pantalla táctil y sofisticados encriptados anticopia para proteger los archivos digitales de la película. (Squire, 2006, p. 453)

Las nuevas tecnologías llegaron acompañadas de cambios políticos que trastocarían el orden mundial. Así, esta etapa se inició con la caída del muro de Berlín en el año 1989 y la posterior reunificación de Alemania en el año 1990.

Nació la Unión Europea mientras se desintegraban la URSS, que dio lugar a nuevos estados y Yugoslavia sufrió la Guerra del Golfo. También es la década del final del *apartheid* y la liberación de Nelson Mandela, la crisis del petróleo y los conflictos en los países árabes que se tornarían más graves especialmente en Irak y Afganistán. La década concluiría con el cambio de siglo y el atentado contra las Torres Gemelas de Nueva York en el año 2001. En el plano cinematográfico, la época que transcurre de los años noventa hasta la segunda década del siglo XXI, está marcada por la introducción del cine digital, los efectos digitales y las imágenes generadas por ordenador. Desde los primeros efectos digitales de *Tron* (Kushner, 1982) hasta las sutilezas espaciales de los nuevos efectos visuales de las oscarizadas *Gravity* (Cuarón, 2013) e *Interestellar* (Nolan, 2014), la evolución ha sido constante. Además de la introducción de los ordenadores en el proceso, la explosión de cine en diferentes países alrededor del mundo, vino dada por los sistemas digitales de grabación y edición digital que permitía realizar obras audiovisuales utilizando videocámaras y cintas magnéticas, prescindiendo del celuloide. (Gubern, 2014)

En los años noventa se produjo un proceso de renacimiento cinematográfico en los cinco continentes: los realizadores iraníes dirigieron películas realmente originales, los australianos y los neozelandeses vivieron su época de mayor esplendor; en el este y el norte de Europa no pararon de estrenarse películas de enorme interés, al tiempo que surgió el movimiento Dogma como una nueva apuesta formal; en el resto del continente europeo, al menos en Francia, se exploraron nuevas ideas filosóficas; en Corea del Sur, Tailandia y Vietnam se estrenaron a finales de la década las películas más interesantes de sus respectivos cines nacionales; en el continente africano, y especialmente en Magreb, los realizadores continuaron su apuesta por la innovación; (...) y el imparable proceso de modernización por parte del cine estadounidense empezó a explorar las posibilidades de la producción digital. (Cousins, 2004, p. 438)

La transformación industrial del cine de esta época se inicia con la especialización de la producción a partir de la introducción de los efectos visuales y de nuevas temáticas y discursos de transgresión, violencia y sexo que exploran territorios e imaginarios que no podía cubrir la televisión.

La televisión y el auge de los *blockbuster* exigían una producción constante y, ante esta creciente demanda, muchas de las grandes compañías tradicionalmente cinematográficas comenzaron a fusionarse con otro tipo de empresas, relacionadas con el mundo de la comunicación y la tecnología.

De esta forma, a través de diferentes fusiones corporativas se consolidó un eje audiovisual transnacional Tokio - Los Ángeles que permitiría a Hollywood continuar con su hegemonía mundial. Desde Europa se intentó limitar la supremacía americana a través del discurso de proteccionismo cultural. “Pero estos ideales nacionalistas comunitarios eran desmentidos en la práctica por la pésima circulación intraeuropea de los propios films europeos.” (Gubern, 2014, p. 551).

Francia desarrolló una defensa de su producción nacional, poniendo el foco en el cine de autor y las producciones independientes hedereras de los modelos de la *nouvelle vague* a la vez que tomó ciertas medidas de proteccionismo.

En el norte de Europa, el manifiesto Dogma 95 apuesta por una estética que volviese a las imágenes más crudas prescindiendo de tecnología y efectos visuales. Este movimiento rompía con las fórmulas organizativas y financieras de la empresa cinematográfica. Con la reducción de medios se consiguió una considerable reducción de los gastos de producción, resultando películas de gran formato con cámaras digitales.

Con más inversión y elaboración que las películas de cine Dogma, destacan otros muchos centros de producción en la Europa de los noventa, como Austria, los países del este y Reino Unido.

El cine africano, que se analizará en detalle en el próximo capítulo, se consolida durante este período de forma espectacular amparado por la democratización tecnológica que supuso el cine digital. También resurge el cine latinoamericano, aunque el cine de Brasil, no acabó de levantar el vuelo después del movimiento del Cinema Nôvo que tuvo lugar a mediados de los setenta y es por ello que surgen nuevos centros de producción.

Las ambiciones políticas de la conferencia de Bandung³² que dieron forma a los radicales movimientos cinematográficos de Brasil primero, y más tarde a los del resto de los países que estaban en vías de desarrollo bautizados con el nombre genérico de “tercer cine”³³, se diluyeron durante esta década de los grandes éxitos comerciales. (Cousins 2004).

En Asia, Hong Kong, Taiwán o Corea del Sur tienen una producción considerable, destacando sobre ellos la industria cinematográfica nipona a raíz de una producción regular basada en la fusión de los géneros de terror occidental y asiático y sustentada en la colaboración con el mercado estadounidense.

Estados Unidos estuvo completamente seducido por los efectos visuales y sus posibilidades en el cine. En 1993 se introdujeron los primeros personajes generados por ordenador en *Jurassic Park* (Kennedy, 1993) y en 1995 se estrenó *Toy story* (Arnold, 1995), la primera película realizada íntegramente con ordenador. Estas técnicas fueron progresando hasta la revolucionaria *The Matrix* (Silver, 1999) que propuso nuevos lenguajes para el cine de acción y ciencia

³² Se celebró entre el 18 de abril y el 24 de abril de 1955 en Bandung, Indonesia, con el objetivo de favorecer la cooperación económica y cultural afroasiática, en oposición al colonialismo y el neocolonialismo de las antiguas metrópolis y los Estados Unidos, así como a su inclusión dentro del área de influencia exclusiva de la Unión Soviética. Es una conferencia sumamente importante para el desarrollo de estos países. Fuente: Conferencia de Bandung (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 30 de septiembre de 2015.

³³ La teoría del Primer, Segundo y Tercer cine fue elaborada por los cineastas Fernando Solanas y Octavio Getino en 1969, según la cuál es Primer cine es un cine de atracciones, de entretenimiento e industrial, el Tercer Cine es el que muestra un compromiso político y se desarrolla en case a unas formas de producción y distribución más comunales. (Quevedo, 2006)

ficción apoyándose en las posibilidades abiertas por era digital. La expansión del cine de producción digital encontró en los personajes de cómic un aliado para rentabilizar los grandes presupuestos que exigía la fantasía digital, desde el tebeo animado de *Mars Attack* (Burton, 1996), hasta la serie de *Spiderman* (Bryce, 2002) iniciada por Sam Raimi. “La adaptación de héroes del cómic a la pantalla venía de muy lejos, pero la imagen digital potenció este trasvase mediático, en su vertiente más fantasiosa.” (Gubern, 2014, p. 574).

6. 6. 6. Del 2010 hasta nuestros días: El cine en 3D, la convergencia mediática y los nuevos caminos.

Los últimos diez años de las cinematografías mundiales se han ido polarizando entre el cine de entretenimiento con la tecnología a su servicio y las historias más intimistas propuestas por otros discursos y reflexiones. El punto de inflexión de la industria lo marca la apoteósica recuperación de la antigua experiencia del cine en 3D de los años cincuenta que realiza James Cameron estrenando la película *Avatar* (Cameron, 2009) a finales del año 2009.

Y aunque su aventura arrasó en las pantallas, el ciclo de películas tridimensionales que le siguió, a veces trucadas en posproducción digital, languideció con prontitud (...). La fragilidad de las modas asociadas a la tecnología quedó demostrada, por activa y por pasiva, cuando el film francés *The artist*³⁴ (2011), una parodia de Michel Hazanavicius que regresó a la época del cine mudo en blanco y negro, acaparó todos los grandes premios internacionales del año de su estreno. (Gubern, 2014, p. 574)

³⁴ Referencia en la bibliografía: *The artist* (Langmann, 2011)

Las medidas adoptadas por la película *Avatar* para contrarrestar las tentativas de distribución ilegal de la película, así como el estreno en 3D, aceleró el proceso de conversión de los exhibidores que debían instalar nuevos proyectores para este tipo de contenidos, y que ya estaban en la carrera hacia el apagón analógico del cine desde hacía varios años. Los contenidos audiovisuales en 3D actuaron como un nuevo revulsivo ante la crisis de las descargas ilegales que había vaciado las salas de cine. Desde el estreno de *Avatar* (Cameron, 2009), un importante número de películas, principalmente de géneros de ciencia ficción o acción, se presentaban al público con una versión en 3D, ofreciendo el valor añadido de la experiencia en la sala de cine que no se podía trasladar a la visualización en casa, dificultando así la distribución ilegal.

Una vez entra en recesión el cine en 3D como método de reclamo para atraer el público a las salas, la industria cinematográfica se enfrenta a un nuevo cambio de paradigma que en este caso afecta a todo el sector audiovisual: la convergencia mediática, “una intersección de medios y sistemas tecnológicos de la información que hasta ahora habían sido considerados como separados y autónomos”. (Dwyer en Scolari, 2013, p. 64).

La penetración de Internet y la ampliación de la capacidad y velocidad de transmisión de información por este medio, unido a la aparición de nuevos dispositivos como el *smartphone*, *tablets*, o la televisión inteligente, han derivado en una suerte de hibridaciones mediáticas. Así, es posible ver la televisión a través del ordenador o del móvil o acceder a plataformas de VOD desde nuestras televisiones conectadas a la red. Este contexto ha derivado en otorgar más poder al espectador que ante la diversidad de opciones decide qué quiere ver, dónde y cómo, cambiando los hábitos de consumo audiovisual hacia la prevalencia por la visualización individualizada y manifestando su deseo de participar en la creación. (Scolari, 2013)

El salto hacia un nuevo sistema de producción basado en la interacción con los internautas tuvo lugar a comienzos del siglo XXI a través de la consolidación del fenómeno *fandom* debido al creciente uso de las, por aquel entonces, incipientes redes sociales. En nuestro presente nos enfrentamos a una nueva fase en la que los usuarios ya no se limitan a retroalimentar las propuestas de guionistas y productores (...), sino que han pasado a colaborar en la fase de ideación de nuevos proyectos, proporcionando incluso el material de base para su realización. (...) Se trata de un nuevo y decisivo avance hacia la democratización de las prácticas comunicativas y socioculturales mediante el establecimiento de nuevos mecanismos de cooperación creativa que dinamitan las viejas categorías de autor, obra y público receptor. (Fernández Castrillo, 2013, p. 60)

El nuevo paradigma de los medios de comunicación integrados en la red ha supuesto para la industria cinematográfica una crisis que afecta a los procesos de producción, distribución y exhibición, dando lugar a novedosas tendencias audiovisuales. Los nuevos canales disponibles para el consumo de productos audiovisuales diluyen las relaciones existentes entre distribuidores y exhibidores. Y los consumidores, se integran en la producción de contenidos pasando a ser participantes activos en el proceso creativo, ensayando nuevas fórmulas de financiación colectiva como el *crowdfunding* o el *crowdsourcing*, que también han puesto en práctica reconocidos documentalistas y cineastas independientes.

En el caso del objeto de estudio de la investigación, estas referencias a las novedades tecnológicas tendrán notable importancia ya que el desarrollo de la industria de cine nigeriano se ha edificado sobre modelos de producción y distribución cinematográficos diferentes a los sistemas clásicos.

El cine de Nollywood ha incorporado las novedades tecnológicas y las nuevas tendencias en la base de su modelo de producción cinematográfico adaptándose a la cambiante realidad de los hábitos de consumo audiovisual y ofreciendo alternativas coherentes con su contexto.

Para poder establecer un marco conceptual y contextual sobre estos nuevos modelos, a continuación, se analizarán los modelos clásicos de los países líderes en producción cinematográfica a través de su evolución histórica.

6. 7. PRINCIPALES MODELOS DE PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA

Los modelos o modos de producción cinematográfica se refieren a la forma en que se organiza y gestiona a nivel mercantil, financiero, creativo, artístico, técnico y tecnológico el modelo de negocio del cine en un determinado territorio. Cada país ha ido aportando a la historia su característica visión sobre el tema.

La producción cinematográfica requiere cierta división del trabajo, pero la forma en que se lleva a cabo esta división y el poder que se otorga a las diferentes funciones varía de un proyecto a otro. De este modo, el proceso de producción cinematográfica refleja diferentes concepciones sobre qué es un filme, y las películas acabadas llevan inevitablemente el sello del modo de producción en el que se han creado. (Bordwell, 1995, p. 24)

Como recogen Bordwell y Thompson (1995), los factores técnicos y sociales, los modos y fases de producción determinan la forma en que abordamos el estudio del cine como arte. Partiendo de esta premisa, se ha tratado de exponer en este capítulo la historia de los modelos de producción de las áreas geográficas seleccionadas en el objeto de estudio a partir de las transformaciones industriales y tomando como referencia el esquema genérico y clásico del negocio cinematográfico en el que intervienen los siguientes elementos o procesos:

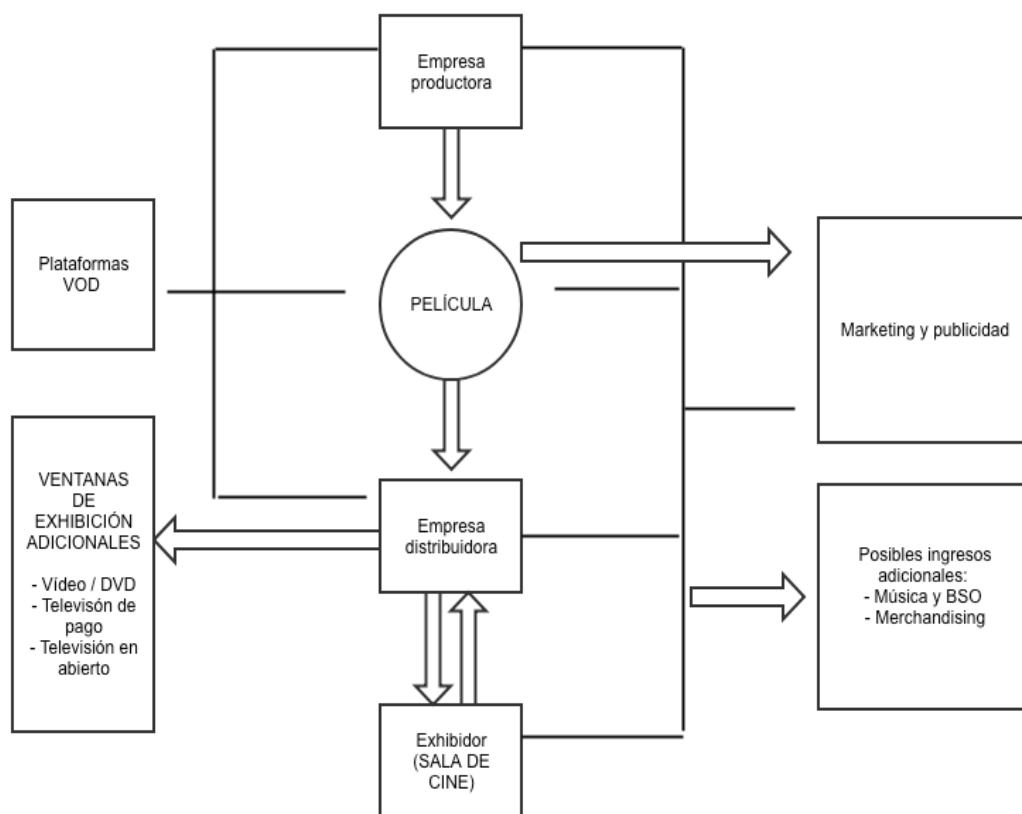


Ilustración 1 Elaboración propia. Esquema de los elementos que intervienen en el negocio cinematográfico.

6. 7. 1. El modelo americano: Hollywood.

Resulta imposible contar la historia del cine mundial sin Hollywood en la conversación, por ello, a través del breve repaso que se ha realizado de las cinematografías mundiales, muchos de los aspectos más relevantes de la industria americana ya han sido tratados. En este epígrafe, se tratará de retratar esta historia única desde el punto de vista empresarial poniendo el foco en los modelos de producción de los últimos veinte años, que servirán de contexto para realizar un análisis comparativo de las cinematografías de Hollywood y Bollywood durante el nacimiento de Nollywood, en la década de los noventa, y su posterior posicionamiento como segundo productor mundial de películas.

6. 7. 1. 1. *The trust*

Los albores de Hollywood y el afianzamiento de la industria cinematográfica tal y como la conocemos hoy en día surge a la raíz de la denominada “guerra de patentes” que tuvo lugar entre 1897 y 1903. Edison se dio cuenta de la importancia de controlar el nuevo medio cinematográfico y patentó el troquelado realizado sobre la película (que había inventado Eastman) permitiendo fijar el rollo a la cámara. Todo aquel que quisiera utilizar este tipo de película tenía que pagar a Edison por el derecho de uso.

Muchas productoras se negaban a abonar estos pagos y los consiraban abusivos. Para luchar contra esto, Edison, unió fuerzas con otros fabricantes dando lugar a la Motion Pictures Patents Company (MPPC) en 1907. La aparición de la MPPC, más conocida como *The trust*, puso fin a la “guerra de patentes”, pero dió lugar, en 1910, a la segunda batalla legal de la industria cinematográfica o la *Trust War*.

En estos años, muchos de los productores y empresas radicados en la costa Este de Estados Unidos, ya se habían trasladado a la costa Oeste del país, huyendo de las condiciones que la MPPC imponía para el uso del rollo película

perforada. Además de este motivo, el éxodo del cine también se vió favorecido por los reducidos precios de rodaje y más horas de luz diarias, que permitían abaratar los costes de producción, entre otras facilidades.

En 1909 se estrenaría la primera película rodada en Hollywood, la colina del distrito de Los Ángeles que se convertiría en la meca del cine mundial. El coronel Selig, responsable de la Selig Polyscope Company de Chicago, abre en 1909 el primer estudio en la zona de Edendale y un año más tarde el segundo. “La vida de la Selig Polyscope Company – al igual que la de todas las compañías adscritas al *Trust* – habría de ser efímera. En 1916, Selig vendió su estudio de Edendale a William Fox.” (Memba, 2008).

En esta época, correspondiente a la paulatina fundación de Hollywood y los primeros estudios cinematográficos, la rentabilidad del cine estaba en alza y debido a esta situación de bonanza económica las empresas cinematográficas se encontraban en un constante cambio de manos entre productores asentados en la costa californiana y los llegados de la costa este, especialmente de Nueva York.

Poco a poco, las entidades que conformaban *The Trust* (Edison, Biograph, Vitagraph, Essanay, Selig Polyscope, Lubin Manufacturing, Kalem Company, Star Film Paris y American Pathé) irán perdiendo poder hasta la definitiva disolución de la MPPC en 1917. Esa alianza de corporaciones cinematográficas fue cediendo ante la pujante creación de otros estudios que atraídos por los incalculables beneficios de los primeros años del cine fueron tomando lugar en las inmediaciones de Los Ángeles.

De esta forma, entre 1911 y 1913 se instalarían en la zona productoras como la Centaur Film prodente de Nueva Jersey, la Universal Film Manufacturing Company de Carl Laemmle o la recién fundada Jesse Lasky Feature Company. (Memba, 2008)

6. 7. 1. 2. El star system

La MPPC tuvo un gran impacto en la historia de la producción audiovisual a pesar de sus escasos diez años de vida ya que contribuyó a estandarizar las fórmulas de producción, distribución y exhibición en todo el país, además de terminar con la prevalencia de películas extranjeras en las pantallas estadounidenses.

Consciente o inconscientemente, antes de la llegada del *star system* y la época de oro del Hollywood primitivo ya existía una preocupación por ocupar las cuotas de pantalla del país con obras autóctonas, lo cual será una constante en el modelo de producción estadounidense caracterizado por unas fuertes medidas proteccionistas del producto nacional.

El fracasado intento de monopolio de la industria dio paso al asentamiento de diversas empresas que irían aglutinando la producción, distribución y exhibición y derivarían en el sistema de estudios de las denominadas *majors*, además de introducir diferentes estrategias comerciales y de marketing para incrementar los beneficios de las películas. (Gomery, 1991)

Lo que en un principio fue un trabajo intuitivo a base de esfuerzos individuales, desde los primeros años diez, se convierte en un empeño empresarial, en donde se plasman intereses comerciales que son los que, indudablemente, van a generar todo tipo de incidentes dado que el negocio iba aumentando y sólo unos pocos querían controlarlo. (García Fernández, 2006, p. 344)

En estos primeros años, el público no conocía a los actores y mucho menos a los directores de las películas, aunque éstas fueran las más taquilleras. El elenco de artistas era conocido por el nombre del estudio en el mejor de los casos. Así, Laemmle, contrató a “la chica de la Biograph”.

La primera actriz que obligó a un estudio a que su nombre se incluyera en los créditos de una cinta, fue Florence Lawrence. Esa fue la condición a Carl Laemmle en 1910 para abandonar la Biograph y empezar a colaborar con los independientes. Hasta entonces, los productores habían evitado que los nombres de los intérpretes figuraran en las cintas para eludir así el aumento de los honorarios de los actores que conllevaría la popularidad. (Memba, 2008, p. 57)

A partir de este acontecimiento la asociación de actores populares a la promoción de las películas como parte de la publicidad fue un hecho cada vez más habitual. “Laemmle demuestra que su idea va a ser fundamental para el desarrollo del negocio del cine - aunque a lo largo del tiempo traería más de un problema a los productores, al exigir los actores un sueldo acorde con su popularidad-.” (García Fernández, 2006, p.346)

El denominado *star system* contribuyó a engrosar los presupuestos de producción y también sirvió como novedosa estrategia de marketing. Los actores y actrices “experimentaron un aumento de 100 a 15.000 dólares semanales en menos de una década. En 1920, Famous Players y sus rivales hicieron de la producción de películas con estrellas un hecho habitual.” (Gomery, 1991, p. 15)

Además, las estrellas del cine sirvieron para alimentar industrias paralelas como las publicaciones sobre estrenos cinematográficos y las novedades de la industria o sobre sus propias vidas íntimas, éxitos y fracasos laborales. Por su parte, los estudios blindaban los contratos de sus estrellas más taquilleras e invertían en jóvenes actores y actrices que van moldeando según sus gustos y necesidades empresariales.

Tras la Segunda Guerra Mundial, estas fórmulas de explotación comercial de las estrellas de cine son revisadas por algunos agentes, actores y actrices, dando lugar a otros acuerdos menos asfixiantes. Según Naremore (2012), uno de los pioneros de esta transformación es James Stewart, icono del populismo *hollywoodiense*, que hacia los años 50 y gracias a su agente, Lew Wasserman, se convierte en independiente. De esta forma accede a trabajar con más de un estudio a la vez y se exploran otras fórmulas como compartir beneficios a cambio de reducciones de salario.

6. 7. 1. 3. El sistema de estudios y las majors

Los derroteros que habían llevado a la industria cinematográfica a la situación de 1930 derivaron en una concentración empresarial denominada sistema de estudios. Hay diversos factores que favorecieron esta situación, siendo los principales la reconversión tecnológica, el encarecimiento de los presupuestos y la concentración de los medios de producción, distribución y exhibición dando lugar a la integración vertical de estas compañías. (Bordwell y Thompson, 1995)

A partir de 1914, con los primeros largometrajes, las modestas salas de cine pasan a ser “coliseos” con un aforo de mil a tres mil personas. El aumento en la duración de las películas reducía considerablemente los pases que se podían realizar en un mismo día, por lo que los empresarios necesitaron mejores y mayores aforos para rentabilizar el negocio. Los presupuestos de producción se habían incrementado debido a esta cuestión relativa a la experiencia cinematográfica, unido al *star system* y la reconversión técnica a raíz de la llegada del sonido. (García Fernández, 2006)

Famous Players-Lasky, uno de los principales estudios, que posteriormente cambiaría su nombre por el de Paramount Pictures, había puesto en marcha una estrategia combinada que permitía el dominio de la industria cinematográfica de una forma mucho más flexible que las antiguas pujas monopolísticas de la

Motion Pictures Patents Company y que permitía la actividad de otros agentes del sector. Dicha estrategia se basaba en tres líneas de actuación principales: La diferenciación de sus productos, promocionados por famosos actores y actrices que atraían el público a las salas, la distribución a escala nacional e internacional y el dominio de la exhibición a través de un reducido número de cines de estreno.

De esta forma, los efectos del *star system* y la concentración de los medios de la cadena de la industria cinematográfica, situó a Famous Players y su modelo estratégico de producción como líder del sector hacia 1921. (Gomery, 1991)

La profesionalización del cine, acompañada de los cambios tecnológicos como el sonido y el color, provocaron que cada vez se precisase de una mayor inversión económica para la realización de productos audiovisuales. Aunque el crash de 1929 (la caída de la bolsa de Nueva York) frenó inicialmente la expansión industrial del cine, pronto comienza a levantar cabeza y a desarrollar todo tipo de argumentos, abriendo camino para una de las etapas más interesantes de la historia del cine. (García Fernández, 2006, p.359)

La industria cinematográfica estadounidense se había afianzado y expandido en los años posteriores a la Primera Guerra Mundial – desde 1914 hasta 1918 - aprovechando el receso debido al conflicto que habían sufrido países como Francia o Alemania que gozaban de una extensa e interesante producción antes de la contienda. El engranaje empresarial conocido como sistema de estudios, era un modelo productivo basado en la acción conjunta de ocho sociedades para lograr beneficios de forma individual y colectiva, formando un oligopolio entre 1930 y 1945. (Gomery, 1991) De esta forma, se desarrollaron diferentes líneas de producción a través de diversas temáticas sin pretensiones: *gánsters*, comedias musicales, comedia románticas y cine del oeste. (García Fernández, 2006)

Estos estudios, trabajaban sin descanso en una suerte de *fordismo* cinematográfico con el que nutrir las abarrotadas salas de cine del país y de los países extranjeros en los distribuían sus películas.

El sistema de estudios se componía de ocho entidades principales. Las *majors* (Fox, Metro, Warner, Paramount y RKO) controlaban los sectores de la producción, la exhibición y la distribución, mientras que las *Little Three* (Columbia, Universal y United Artist) sólo participaban en la producción y la distribución, obligadas a negociar la visualización de sus películas en las salas de cine propiedad de las *Big Five*.

Las *majors* necesitaban mucho contenido para llenar su programación y, además de los contenidos de las *Little Three*, también negociaban con las denominadas *minors* (Republic, Monogram, PRC, Grand National, etc...) especializadas en películas de serie B más baratas, o con los productores independientes (Goldwyn, Disney, Wanger y O'Selznick). Esta era la situación en los momentos previos a la sentencia de la ley *antitrust* de 1948. Este hecho unido a la llegada de la televisión cambiaría la realidad del sistema de estudios. (Comas, 2009)

6. 7. 1. 4. La llegada de la televisión y la renovación del cine: New Hollywood

En los años cincuenta, el sector cinematográfico se enfrenta una gran crisis derivada de la llegada de una nueva pantalla: la televisión. Esta situación, unida a otros factores que serán determinantes, como el agotamiento de la fórmula de concentración empresarial del sistema de estudios, así como factores socio demográficos, dio como resultado una pérdida de espectadores y el cierre de salas de cine por todo el país.

Las emisiones televisivas no pasan a ser una forma de entretenimiento concreta en la mayor parte del país hasta 1952, después de que la Federal Communication Commission (FCC) haya concedido las licencias necesarias. A finales de la década de los cuarenta y comienzos de la siguiente, sólo un tercio de las familias norteamericanas posee un televisor, pero es precisamente en este período en el que millones de personas dejan de ir al cine. (Gomery en Brunetta, 2012, p. 917)

En los años cincuenta en Estados Unidos, las clases acomodadas comenzaron a establecerse en las afueras de las grandes ciudades en pequeñas localidades que circundaban los epicentros de trabajo. En esta nueva organización las familias con hijos trasladadas a la periferia modificaron sus prioridades hacia la adquisición de bienes materiales como viviendas, vehículos, etc... y ya no elegían el cine como fórmula principal de ocio. Son familias de muchos miembros que ya no residen cerca de los núcleos de actividad social de las ciudades. “Estos dos factores, la desurbanización y el *baby boom*, influyen directamente en la afluencia al cine, y habrían supuesto una diferencia incluso sin la llegada de la televisión.” (Gomery en Brunetta, 2012, p. 918)

Una de las estrategias puesta en práctica para alentar la vuelta de público a los cines fue la renovación tecnológica. Así, la llegada del sistema Technicolor y las nuevas pantallas Cinemascope, además de cambiar las fórmulas de producción, tenían el incentivo de atraer a los espectadores a una experiencia cinematográfica totalmente diferente a lo que en aquellos tiempos podía ofrecer la televisión.

“La gran pantalla más famosa se presenta el 16 de septiembre de 1953 con el Cinemascope, que utiliza la una lente anamórfica en la cámara y el proyector, que primero comprime y luego amplía las dimensiones de la imagen normal. “(Gomery en Brunetta, 2012, p. 924)

En cualquier caso, el éxodo del público había sido masivo, y las novedades por sí solas no fueron suficientes para recuperarlo. Los estudios empezaron a contemplar que debían ajustarse a un nuevo perfil de espectador, más joven y con otras ideas que exigía repensar las fórmulas tradicionales.

En este contexto, tuvo lugar la aparición de “una generación de cineastas que cambiaron drásticamente la industria de Hollywood, tanto en la forma cómo se realizaban y comercializaban sus productos (películas) como también en su concepto.” (Comas, 2009, p. 13)

De forma similar a lo que acontecía en el cine europeo, un primer efecto de la renovación de la época fue la de abaratar los costes de producción de las películas asociado a los estudios. Aunque no se puede hablar de una estética común en las películas de New Hollywood, sí que había elementos disruptivos comunes como la apuesta por el realismo, la incorporación de nuevas tecnologías y la novedosa consideración de los directores en su faceta artística.

La lógica de la rentabilidad (relación coste-beneficio) propició el relevo generacional y, aunque los estudios fuesen reticentes a reconocerlo, se convirtieron en autores, en directores – artistas, gracias al estado de opinión creado por las revistas especializadas (“Film Quaterly”, “Film in Review”, “Cahiers du cinema” en inglés, “Films and Filming”, “Sight nad sound”, etc...) en las que incluso algunos directores solían colaborar. (Comas, 2009, p. 23)

La renovación de Hollywood produjo una relectura estética y temática, y se empezaron a producir películas innovadoras en el plano técnico que no se correspondían con los arquetipos clásicos.

Altman se situó en cabeza seguido de Coppola, Scorsese, Mazursky, Fosse, Peckinpah, Brooks, Waters, Penn, Polansky o Allen. No se limitaron a reflexionar sobre sus convencionalismos para adaptarlos sin más al nuevo orden, sino que, (...) realizaron una revolucionaria trasposición de un género a otro, (...) abriendo el hermetismo de los géneros clásicos. (Comas, 2009, p. 26)

Este cine de ideas o cine de autor fue paralelo y, a la vez, causante de una serie de cambios estructurales en la industria. La llegada de nuevos agentes al mercado destruyó el piramidal sistema de estudios. Estos gigantes empresariales dejaron de ser meros productores de contenidos y pasaron a ser entidades que invertían en proyectos rentables.

La relación de rentabilidad de los productos audiovisuales se fue haciendo más sofisticada, y de esta forma, en el inicio de la era del *Box Office* los estrenos iban acompañados de estrategias de marketing y en codependencia del éxito o renombre de los directores y actores de las películas que formaban parte activa financiera en muchos de los proyectos.

La renovación artística y el nuevo público joven dieron lugar a nuevas fórmulas de comercialización a través de los productos asociados a la película: como la banda sonora del *film* o los personajes de *merchandising*, algo en lo que Disney era pionero, pero que tuvo un papel transformador a partir de la saga de *La Guerra de las Galaxias* (Kurtz, 1977). A pesar del cambio estructural que supuso la producción independiente en el contexto de New Hollywood, las apenas dos décadas de esta edad de oro del cine americano y mundial, terminaron en nuevas estrategias comerciales basadas en éxitos de taquilla y una serie de fusiones y adquisiciones empresariales que derivaron en un nuevo sistema de *majors*, pero más globalizado y diversificado por una parte; y por otra, en la imposición del cine espectáculo sobre el cine de ideas, que dominaría los años siguientes. (Comas, 2009)

Es posible concluir que, en los quince años que duró New Hollywood³⁵, el cine americano asistió a una renovación estética, temática, artística, intelectual, mercantil y estructural (a pesar de que esta renovación estaba en sintonía con los grandes estudios, que en cierta manera la hicieron posible).

En este sentido, hubo una importante y novedosa estructura empresarial integrada por las productoras independientes que pactaron con las *majors* acuerdos de distribución nacional e internacional que permitiese la continuidad de su actividad. Las *majors* de esta época eran un interesante terreno de juego para conglomerados empresariales de otros mercados como el tecnológico o el inmobiliario. Augros (2000) distingue dos períodos de recomposición de Hollywood, el primero en los años sesenta; y otra importante reestructuración entre 1980 y 1995.

En el transcurso de los años ochenta y a comienzos de la década de los noventa, feroces batallas financieras por el control de Hollywood, han enfrentado a grupos de comunicación, bancos, empresas de televisión y fabricantes de electrónica. Warner Bros es una filial de Time Warner (desde 1989), MGM pertenece a Crédit Lyonnais (1991), Paramount está controlada por el grupo Viacom (1994), y la Twentieth Century Fox por New Corporation (1986). Columbia pertenece a Sony desde 1989, mientras que Matsushita, que había tomado el mando de Universal en 1990, revendió el 80 por ciento de la *major* a la destilería canadiense Seagram (1995). Tan sólo Walt Disney no está integrada por un grupo más poderoso. (Augros, 2000, p. 26)

³⁵ Comas (2009) sitúa New Nollywood “desde *Bonnie and Clyde* y *El Graduado* (ambas de 1967) hasta *Corazonada* (1982)” (p. 13)

Estos conglomerados mediáticos, a su vez, están integrados por filiales distribuidoras, exhibidores y, desde la década de los ochenta, muchas de ellas integran productoras más pequeñas destinadas a la realización de películas para consumo doméstico y televisión, así como franquicias de los productos audiovisuales de mayor éxito.

6. 7. 1. 5. La transformación empresarial en el contexto de la digitalización y el cine online.

El sector cinematográfico ha ido respondiendo a las novedades de diversas formas, pero en el caso de la adopción de las nuevas tecnologías, ya fuesen rápidos o lentos los procesos de introducción de nuevos elementos, siempre han ido acompañados de detractores e integradores. Muchas de estas transformaciones técnicas han redefinido el sector una vez asentadas, tal y como observamos en la llegada del sonido, o en la introducción del color.

El lapso de tiempo situado entre finales de los años ochenta y la primera década del siglo XXI han supuesto un salto gigante en diversos aspectos contenidos en la digitalización y la introducción de Internet en la industria audiovisual.

Estados Unidos fue de los pioneros en este campo desarrollando las primeras películas que introdujeron métodos de grabación digitales, efectos digitales, personajes realizados íntegramente con tecnologías CGI y películas totalmente realizadas por ordenador. Esto ocurre desde el punto de vista de la producción, pero la digitalización del cine afecta a todos los engranajes de la cadena, como la distribución y la exhibición y se “desarrolla a un ritmo lento que impide la reconversión del sector. El principal factor de esta evolución tardía reside en la descoordinación en el conjunto de los elementos que conforman su estructura provocada por una desigual relación de fuerzas.” (Izquierdo, 2010, p. 2).

Si analizamos el negocio cinematográfico como cualquier otro sector productivo, parece obvia la necesidad de que todos los eslabones de la cadena estén en sintonía a la hora de actuar sobre el mercado. La llegada del sonido obligó a los exhibidores a reconvertir las salas para dar paso a las nuevas películas "parlantes". Ese mismo proceso y la necesidad de igualar a nivel técnico los procesos de producción, distribución y exhibición, se pueden observar al abordar la digitalización.

En un primer momento, dado el contexto tecnológico predominante a finales de los años ochenta y principios de los noventa, las primeras experiencias que introdujeron efectos digitales y posproducción por ordenador, o incluso las primeras películas totalmente realizadas por ordenador, debían ser distribuidas de forma analógica para su comercialización y exhibición en las salas de cine. Hasta que se normalizó la digitalización de las salas de cine durante la primera década de los años 2000, la reconversión del sector cinematográfico ha sido, y es, un proceso complejo en constante cambio debido a las novedades tecnológicas y los nuevos hábitos de consumo audiovisual. La distribución y la exhibición debido a sus infraestructuras y estructuras empresariales han ido siguiendo los pasos procedentes de las novedades en la producción audiovisual.

El desarrollo actual de las telecomunicaciones ha obligado a la distribución a diseñar estrategias de actuación que le permitan mantener su hegemonía. Con esta idea, el primer paso de las *majors* fue su agrupación en 2002 para la publicación, en 2005, de las Digital Cinema Initiatives (DCI). De esta forma, Disney, Fox, Paramount, Sony, Universal y Warner, se unieron para establecer las directrices que garantizasen la calidad y seguridad de sus películas en el proceso digital. (Izquierdo, 2010, p.5)

En este sentido, el uso del *master* digital como medio de difusión de las películas obligó al sector de la exhibición a reconvertir sus salas para dar paso a los proyectores digitales. El momento definitivo que hizo patente la necesidad de plantear los estándares del sector en torno a la digitalización llegó con el cine en 3D, que respondía a una doble estrategia empresarial: por un lado, renovar la experiencia cinematográfica para aumentar la asistencia de público; y por otra parte, tratar de dotar al sector cinematográfico de mecanismos comerciales alternativos para combatir la difusión ilegal de contenidos audiovisuales. (García Fernández, 2010 y Gubern, 2014)

Este proceso ocurrió antes de la reconversión de la distribución que trabajaba con el *master* digital comercializado en copias físicas en DVDs de gran capacidad. Este fue el paso previo al envío de las películas directamente a los servidores de las salas cinematográficas, tratando los distribuidores de mantener su parcela de control del negocio. (Izquierdo, 2010)

Pero la realidad cambiante desde los inicios de la digitalización y en nuevo cine *online* ha reconducido la realidad cinematográfica a una profunda transformación empresarial cuyo resultado son nuevos modelos de negocio en sintonía con nuevos hábitos de consumo audiovisual. En esta realidad de convergencia mediática, la reorganización de los grupos de comunicación o *majors* de Estados Unidos, marcan el devenir de este nuevo contexto en el que existe un flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, cooperación entre industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias que priorizan la experiencia y el contenido en mercados muy segmentados. (Jenkins, 2006)

Las nuevas plataformas de VOD (*video on demand*) han puesto en jaque el modelo de televisión y, en el caso del cine, el desarrollo de la idea de cine en casa, las descargas de contenidos audiovisuales en Internet, la rápida aparición de los estrenos en DVD y una oferta de ocio más diversificada, parecen ser los motivos de este nuevo descenso de espectadores en los cines. (Clares, 2013)

6. 7. 1. 6. La producción cinematográfica en Estados Unidos entre 1995 y 2015.

Atendiendo al período de estudio seleccionado en el marco metodológico y con el objetivo de abordar el análisis comparativo que se realizará sobre los modelos de negocio de los centros de producción de Hollywood, Bollywood y Nollywood, se expondrán a continuación algunos datos para ilustrar la evolución de la actividad cinematográfica en Estados Unidos.

Largometrajes producidos en Estados Unidos en el año de referencia

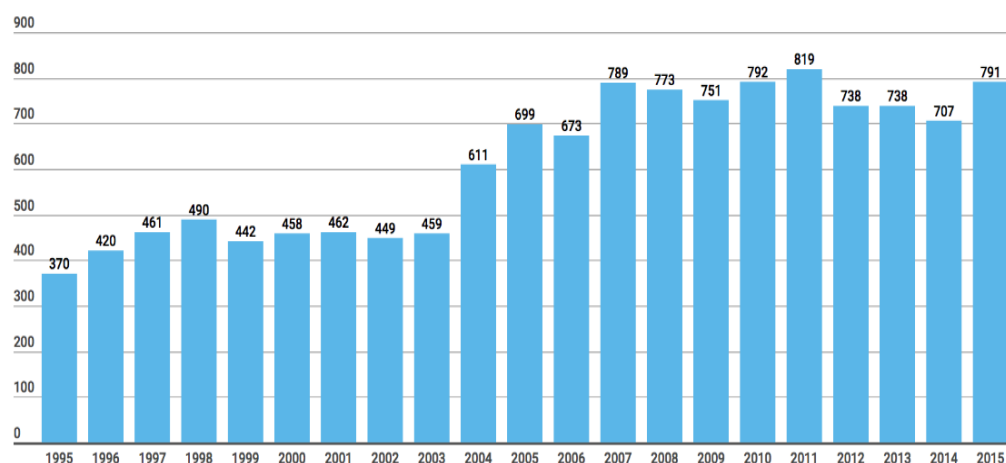


Ilustración 2 Elaboración propia. Número de largometrajes producidos en Estados Unidos en el año de referencia. Fuente: Instituto de Estadística de la Unesco y Observatorio Audiovisual Europeo.

La producción cinematográfica en Estados Unidos ha ido en aumento en los últimos veinte años hasta alcanzar los 819 títulos en el año 2011, siendo este el número mayor de los comparados desde el año 1995 hasta el 2015.

Proporcionalmente, fueron aumentando los costes de producción de las películas desde los 36 millones de dólares hasta los 60 millones de media, sobrepasando los cien millones de presupuesto la mayoría de títulos de distribución internacional masiva. A pesar del crecimiento del número de pantallas que pasaron de aproximadamente 27.800 en el año 1995 hasta las

38.852 en 2005, este incremento constante no se refleja de la misma forma en la recaudación. En el período que abarca la primera década del marco temporal seleccionado, el *gross box office* osciló entre los 5.000 y los 9.000 millones de dólares, siendo el mejor año de la década el 2004 con una facturación de 9.539 millones de dólares.

En la década siguiente, a partir de 2005, la recaudación subió hasta rondar los 11.000 millones de dólares y también el número de pantallas mantuvo un crecimiento estable hasta alcanzar en 2015 las 40.547 pantallas, a pesar de leves descensos entre 2008 y 2011, coincidiendo con la reconversión digital ante la introducción del cine en 3D.³⁶

Según los datos del Observatorio Audiovisual Europeo, en los últimos años la producción de Estados Unidos no ha experimentado un importante descenso, pero sí cabe destacar que se han realizado más películas fuera del circuito de Hollywood, con presupuestos más bajos de los habituales y repartiendo el desarrollo de la actividad audiovisual con otras tendencias en alza como la producción de series de gran presupuesto al amparo del auge de las plataformas VOD.

³⁶ Fuente: Observatorio Audiovisual Europeo. *Focus* (2002 – 2016)

6. 7. 2. El modelo asiático: Bollywood.

6. 7. 2. 1. Orígenes del cine en la India

La India es a día de hoy, y desde hace mucho tiempo, el país líder en producción cinematográfica realizando de forma estable una media de más de mil películas anuales. Los orígenes de la industria del cine en la India se remontan a 1913 con la fundación de un estudio cinematográfico que realizó más de treinta películas en los primeros diez años.

Familiarizado con el cine durante sus viajes a Europa, de dónde importó consigo el material necesario para abordar la realización, Phalke, rodó en 1913 el que se considera unánimamente el primer filme indio de la historia, *Raja Harischandra* (Phalke, 1913). (...) Phalke tuvo el incuestionable mérito de demostrar en la práctica la viabilidad de un cine genuinamente indio en un contexto colonial, en absoluto ajeno a la penetración de la industria cinematográfica extranjera. (Elena, 1999, p. 62)

Hoy en día la obra de Phalke se encuentra perdida en su mayoría. Todo su empeño en la producción cinematográfica concluyó con la llegada del sonido, aunque hasta ese momento el director y algunos de sus discípulos, como Baburao o Ganguly, realizaron algunas de las obras más notables del cine de los años veinte en la India, siendo aún colonia británica. El cine de estos años ofrecía narraciones mitológicas y fantasiosas cuyo propósito era atraer a los diferentes públicos de las diversas zonas y estamentos sociales. A este conjunto de películas se le denominó *All Indian Films* (Películas para toda la India). Algunos directores se distanciaron de este género explorando el melodrama y la denuncia social, pero ya en los inicios de esta cinematografía, existe una profusión en la realización de películas, que la definirá durante toda su historia. (Cousins, 2004)

Durante el período del cine indio silente algunos empresarios se introdujeron en la industria fundando compañías como las productoras India Film Company, Hindustan Film Company, Kohinoor Film Company, Indo-British Film Company, Laxmi Pictures, Aryan Film Company y Associated Films, ésta última, activa hasta la llegada del sonido, concentró el veinte por ciento de la producción del país desde la ciudad de Madrás. (Elena, 1999)

Las películas del cine de la época se dividían en varios géneros: histórico, melodramas, mitológico y de contenido social. Éste último, muy relevante en el contexto que vivía el país ya que a partir de 1930, a raíz de la marcha del líder pacifista Mahatma Ghandi, se abrió un intenso debate social sobre el dominio colonial británico.

6. 7. 2. 2. La llegada del sonido y el cine musical: 1930 – 1950.

Durante los años 1926 y 1927 se produjeron más de cien películas situando a la India entre los principales productores del mundo. La primera película sonora, *Alam Ara* (Irani, 1931) de Adashir Irani, logró un formidable éxito, abriendo el camino a uno de los grandes ingredientes de los filmes indios: los números musicales.

La película “incluía siete canciones grabadas al mismo tiempo que las imágenes (...). Fue un enorme éxito comercial, y por sorprendente que pueda parecer en Occidente, sólo dos de los varios centenares de películas rodadas en la India entre ese año y principios de los años cincuenta, no incluían números musicales.” (Cousins, 2004, p. 123)

De esta forma, comenzaron a proliferar los estudios cinematográficos y las salas de cine por todo el país en el que surgieron diferentes centros de producción, destacando Bombay sobre todos los demás, de dónde salieron multitud de estas películas musicales con un claro sentido comercial. En lo referente a las salas de cine, la apertura de espacios para el disfrute del cine fue

en consonancia con los altos índices de producción. En el año 1932 ya se contabilizaban más de seiscientos lugares de exhibición cinematográfica, muchas de ellas ya equipadas para la reproducción de sonido. (Elena, 1999)

Dado que el Reino Unido era uno de los líderes europeos en la transición del cine mudo al sonoro, este desarrollo también se vió favorecido en algunos de sus protectorados como el caso de la India que se adaptó rápidamente al cambio seducida por las posibilidades del cine musical.

El extraordinario desarrollo de la industria cinematográfica india en la década de los treinta pivotó fundamentalmente sobre los esfuerzos de tres grandes productoras que vendrían a tomar el relevo de las históricas Madam Theatres, Imperial Film Company y similares artífices del esplendor del período silente: Bombay Talkies, Prabhat Film Company y New Theatres serían, en efecto, las potentes locomotoras que marcarían las directrices del temprano cine sonoro de la India. (Elena, 1999, p. 82)

Una vez concluido el proceso de independencia, en 1947, se observaron dos fenómenos interesantes. El primero fue que la actividad cinematográfica procedente de Bombay se consolidó como un equivalente al Hollywood norteamericano, denominado Bollywood. Y, en segundo lugar, desde el gobierno se trató de convertir a la lengua hindi en el sonido prioritario de las películas. La irrupción del sonido, al igual que había ocurrido en otros mercados internacionales, había transformado el negocio global del cine mudo en un mercado atomizado ante los distintos idiomas en los diferentes países, y en el caso de la India, a través de sus diferentes lenguas y dialectos.

Hasta finales de los años cuarenta las pantallas indias solo habían tenido contacto con el cine británico y, mayormente, con el cine norteamericano. La invasión de productos comerciales *hollywoodienses* estableció el modelo a seguir por la industria nacional que se dedicaba a fabricar películas de entretenimiento donde destacaban los géneros del melodrama, las aventuras épicas y la comedia.

La Segunda Guerra Mundial, por más que afectará de manera desigual a las distintas regiones de la India, supuso en todo caso un sobresalto generalizado para la industria cinematográfica. Restricciones de material, obligatoriedad de contribuir al esfuerzo bélico con films de propaganda, inevitable disminución de la producción anual, fueron algunos de los efectos de la contienda, pero más significativo si cabe, el vuelco que la industria cinematográfica iba a experimentar con la afluencia masiva de nuevos productores independientes. (Elena, 1999, p. 89)

En las secuelas de la guerra también se encontraba la inflación, que generó un considerable aumento de los presupuestos llegando casi a quintuplicarse; y el blanqueo de dinero encontró en la industria cinematográfica una vía de fácil acceso.

En este contexto se encontraba el cine indio a finales de los años cuarenta cuando las grandes productoras, temerosas de esta situación de crisis, apostaban por fórmulas seguras como las películas musicales fáciles de rentabilizar. El interés por el desarrollo de otros géneros como el cine social que también ha conformado un importante capítulo de la cinematografía india, estará apoyado por iniciativas culturales como Indian People's Theatre Association (IPTA) cuya labor fue decisiva en la exploración y distribución de otras formas de cine, que condicionarían algunas de las corrientes artísticas del país a partir de su independencia en 1947. (Elena, 1999)

Una de las primeras medidas del nuevo Estado independiente fue la regularización de la industria cinematográfica que en estos años ya representaba un importante porcentaje de la economía del país.

La década de los años cincuenta se inicia con dos acontecimientos que transformarán la industria: por una parte, el establecimiento en 1951 de la Central Board of Films Censor, que tenía antecedentes en algunos códigos de censura establecidos en varios de los centros de producción del país. Este organismo pasó a regular el acceso de las películas a la producción y a la exhibición, experimentando, en contra de lo esperado tras el proceso de independencia, un espíritu más restrictivo en la valoración de las imágenes que se podían mostrar en pantalla. En la otra parte de estas nuevas regularizaciones del cine, se situaba la nueva política de impuestos a la producción y a la exhibición, que pasaron del 12,5 por ciento de la época colonial a oscilar entre el 25 y el 75 por ciento. Este incremento unido a una huelga del sector dieron lugar a la creación del Film Enquiry Committee cuyo trabajo no contribuyó demasiado a mejorar la situación (Elena, 1999)

De esta forma, y a pesar de lo esperado tras la independencia y el espíritu anticolonial de la época, las nuevas medidas planteadas para el desarrollo de la industria cinematográfica dieron lugar a un entorno más restrictivo a nivel artístico y asfixiante a nivel financiero.

6. 7. 2. 3. El nuevo cine indio: 1950 – 1970

En 1950 Jean Renoir viajó a la India y filmó *Le fleuve* (Renoir, 1951). Un joven cineasta, Satyajit Ray, trabajó con él como asistente de dirección. En 1952 se celebró en Bombay y también en Calcuta el I Festival de Cine de la India en el que, por primera vez, se proyectaron un pequeño número de películas europeas y americanas en sintonía con los movimientos y las vanguardias artísticas de la época.

El público de la India entró en contacto con las películas de cine de autor europeas que influenciaron a los cineastas de la época permitiéndoles desarrollar algunas de las obras más importantes de su historia.

Satyajit Ray realizó la trilogía de Apu, compuesta por las películas: *Pather Panchali* (Ray, 1955), *Aparajito* (Ray, 1956), y *Apu Sansar* (Ray, 1959). Consiguieron un enorme reconocimiento internacional con varios galardones en festivales de cine europeos y una distribución internacional motivada por la fama que alcanzó al ser considerada una de las mejores y más importantes obras de la cinematografía mundial. Ray fue un prolífico director y guionista que trabajó hasta su fallecimiento en 1992. Dirigió más de treinta películas y como guionista y escritor, más de cincuenta. (Cousins, 2004)

Otro de los grandes cineastas indios que apostaron en esta década por la renovación cinematográfica alejada del preciosismo musical fue Mehbood. Fue un director relevante durante toda su carrera iniciada a finales de los años treinta y hasta su muerte en 1964. “El punto culminante de su carrera lo alcanzó con *Bharat Mata / Madre India*³⁷ (India, 1957), el equivalente indio a *Lo que el viento se llevó*, y todo un punto de referencia en la historia del cine mundial.” (Cousins, 2004 p. 232)

Directores como Raj Kapoor, Guru Dutt y Mehboob Khan crearon películas que reflejaban un compromiso apasionado con asuntos de justicia social. Mayormente realizadas en estudios, las películas incorporaron elementos estilísticos vívidos, influenciados por las corrientes internacionales de la producción cinematográfica.

Un hecho de gran influencia en el contexto del cine de los años cincuenta fue la celebración de la conferencia de Bandung (Indonesia) en 1955. La cumbre tenía como objetivo fortalecer los acuerdos económicos entre Asia y África, en especial los países del Magreb.

³⁷ Referencia en bibliografía: *Bharat Mata* (Mehbood, 1957)

En torno a las ideas promulgadas en esta conferencia, surgió el movimiento que se denominó “movimiento de los países no alineados” definido por la falta de cooperación entre los países participantes y el “primer mundo” formado por el bloque capitalista, ni con el “segundo mundo” formado por el bloque comunista.

Estos acontecimientos tuvieron su correspondencia en el mundo del cine. Mientras el primer mundo se decantó de forma clara por el realismo romántico y el segundo por el realismo soviético, el tercero optó por fusionar ambos extremos. La conferencia de Bandung supuso la consolidación de una tercera vía política que, a su vez, se tradujo en una tercera trayectoria cinematográfica. (...) los realizadores del tercer mundo intentaron cambiar sus modelos con la única pretensión de ayudar a sus países. En los años setenta, los más radicales reformularon, junto con toda una serie de intelectuales, los planteamientos culturales del tercer mundo, proceso del que surgió el llamado “tercer cine”. (Cousins, 2004, p. 239)

Siguiendo con el concepto y las teorías del primer, segundo y tercer cine procedentes de latinoamérica, en el caso de la India de esta época, el dominio en la cinematografía lo ejerció la concepción artística y ejemplarizante de un cine social y marcadamente antiimperialista. En unos años marcados por el desarrollo de los diferentes procesos emancipadores que trastocaron el clima geopolítico cambiando la realidad colonial para siempre, la India fue uno de los primeros países en conseguir su independencia en 1947 y esa impronta quedó patente en gran parte de su actividad cinematográfica.

La Nueva Ola India

Mrinal Sen, vinculado a la IPTA, inauguró con su película *Bhuvan Shome* (Sen, 1969) una etapa del cine indio conocido como la nueva ola india, que duró hasta mediados de los setenta y se articula en torno a esta obra y a la trilogía de Calcuta.³⁸ La obra de Mrinal Sen es uno de los exponentes del cine indio más comprometidos a nivel político. Para la realización de éstas y otras obras de esta nueva ola fue decisivo el apoyo (más idealista que económico) de la Film Finance Corporation fundada en 1960. Esta institución se preocupó por apoyar un cine de autor comprometido con las grandes rupturas contemporáneas vividas en Europa y otras latitudes. (Elena, 1999)

Mrinal Sen y Ritwik Ghatak presentan el lado oscuro de la clase baja de la India y los desempleados, lo cuál cumplía con el potencial de las iniciativas culturales radicales de la IPTA. En el caso de las películas de Ghatak, existe una ausencia de armonía que define en gran parte su estilo. Escenas vibrantes y atropelladas de tomas en vivo de Calcuta se mezclan con planos de escenografías artificiosas rodados en estudio.

Sen y Ghatak fueron los representantes de este movimiento que proponía temas comprometidos y, en cierta manera, un cine de denuncia alejado de las películas que tomarían el relevo en las décadas posteriores.

Durante los años sesenta, el cine indio más comercial popularizó contenidos más románticos surgiendo un *star system* en torno a este género. El período también destaca por la tendencia a un nacionalismo indio más agresivo. Sin embargo, la conmoción política y económica de la década siguiente condujo a un regreso a temas sociales tanto en el cine de autor o cine arte, como en el cine popular.

³⁸ Trilogía de Calcuta, compuesta por las películas: *Kolkata 71* (Sultana, 1972), *Padatik* (Sen, 1972) y *Chorus* (Sen, 1974).

6. 7. 2. 4. Bollywood: el cine a partir de los años setenta.

El término Bollywood utilizado como designatario del cine procedente de la India y asimilado a las películas coloristas con números musicales, tiene su origen a finales de los años setenta. A pesar de la generalización del término, en sentido estricto, hace referencia a las películas realizadas en el centro de producción de Bombay, aunque existen otros importantes centros de producción en el país siendo esta actividad paralela a las variedades lingüísticas y dialectales presentes en el territorio.

Bollywood es referencia industrial cinematográfica a nivel mundial. Bombay es la capital de este negocio y su “Ciudad del Cine” como el espacio en el que se concentran los principales estudios de producción. La peculiaridad lingüística del país no impide que su enorme producción, más de 800 películas, se puedan rodar en veinte lenguas, pues el enorme parque de salas permite la asistencia diaria de más de trece millones de espectadores. (García Fernández, 2011, p.602)

La historia de Bollywood empezó en los años setenta, aunque alcanzó su popularidad en los años noventa con la circulación, presencia y reconocimiento de las películas hindis en los mercados internacionales. El término de Bollywood comenzó a utilizarse para hacer referencia a la industria cinematográfica hindi y a las películas *mainstream* o cine comercial y musical de la zona de influencia de esta lengua, radicada principalmente en la ciudad de Bombay. (Ganti, 2012)

En ésta época se desarrollaron en la India dos tipos de cine paralelos: las películas de Bollywood y el cine de autor o cine arte. Los continuadores de la nueva ola y el cine de autor para llevar a cabo sus producciones precisaban del apoyo de organismos como la National Film Development Corporation of India (NFDC).

Esta entidad inició su actividad en el año 1975 con el objetivo de promover y distribuir el cine paralelo a las producciones comerciales de Bollywood, que también tuvieron que hacer frente a los desafíos de la televisión y el vídeo doméstico en esos años de crisis en el sector cinematográfico.

Aunque oficialmente creada en 1959, fecha en que comenzaría a emitir desde Nueva Delhi, con carácter experimental, la Doordashan o televisión nacional india no despegaría hasta los años ochenta. Es sólo a comienzos de esta década cuando comienza a dispararse el número de receptores, cuadruplicándose la audiencia entre 1983 y 1988, hasta alcanzar, aproximadamente, el 12 por ciento de la población. (Elena, 1999, p. 128)

Las familias indias en la diáspora, en lugares como Estados Unidos o Inglaterra durante los años sesenta y setenta, construyeron espacios propios en los que tomó importancia la utilización del cine como elemento de unión en el plano del ocio, y como referente de la cultura propia. Las películas en hindi fueron distribuidas en muchos países debido a la inmigración. Este consumo masivo externo se vio aumentado por la introducción del vídeo en los años ochenta, mientras la producción sufrió un altibajo a causa de la copia ilegal de las cintas. (Bouka, Merkouri y Metaxas, 2015)

En Estados Unidos, otro factor que jugó un importante papel en la relación entre el cine y la diáspora fue que los inmigrantes en 1965 eran principalmente familias de maestros y profesores. Sin embargo, al comienzo de la década de los años ochenta, el perfil de los inmigrantes indios derivó hacia un menor nivel educativo. En su mayoría comerciantes, en muchos de los negocios era fácil encontrar cintas de vídeo que se articularon como puntos de distribución de las películas. De esta forma, gracias a la introducción del vídeo, las películas realizadas en esa época encontraron en la distribución exterior otra importante ventana para la comercialización. (Ganti, 2012)

6. 7. 2. 5. La producción cinematográfica en la India: 1995 – 2015

La cinematografía india se organiza en torno a sus diferentes centros de producción, en diferentes ámbitos geográficos e idiomáticos, y el liderazgo de la producción ha ido fluctuando entre unos y otros. En los años ochenta “el centro de gravedad de la industria cinematográfica pasó de Bombay a Madrás, en el sur del país, donde se rodaban quinientas películas al año, más que en su competidora del norte. “(Cousins, 2004, p. 400)

De las más de setecientas películas anuales producidas en la década de los años ochenta y noventa, alrededor de doscientas eran las procedentes de Bombay, epicentro denominado Bollywood. A partir de estos años, el cine comercial musical fue en ascenso, y se estabilizó en torno al veinte o treinta por ciento de la producción total de la industria cinematográfica. (Ganti, 2012)

Al final de la década de los años noventa, la India amplió las emisiones de televisión en el país y fuera de él, en las áreas de mayor afluencia de inmigración, con canales como B4U (Bollywood para ti). Es obvio que las películas en hindi, que actuaban como un cuerpo dominante durante el período tras la independencia, tuvieron un gran valor cultural y emocional para los expatriados indios que crecieron con el cine de Bollywood como conexión con sus raíces culturales y su idioma. (Bouka, Merkouri y Metaxas, 2015)

La asistencia de los espectadores a las salas cinematográficas se resintió considerablemente de la competencia con la televisión, con la lógica disminución de los beneficios obtenidos. La rápida proliferación de magnetoscopios vendría a agravar la situación, sobre todo porque la rampante piratería videográfica, haría que las tradicionales exportaciones de filmes indios al extranjero, se vieran drásticamente reducidas a la mitad entre 1891 y 1985. (Elena, 1999, p. 128)

Sin embargo, estos fenómenos eran urbanos ya que la concentración de televisores estaba en torno a las grandes ciudades, permitiendo que las salas de cine continuasen con su actividad en el resto del país y con un incremento constante de espacios al final de la década de los ochenta.

Número total de Pantallas en la India entre 1985 y 1990

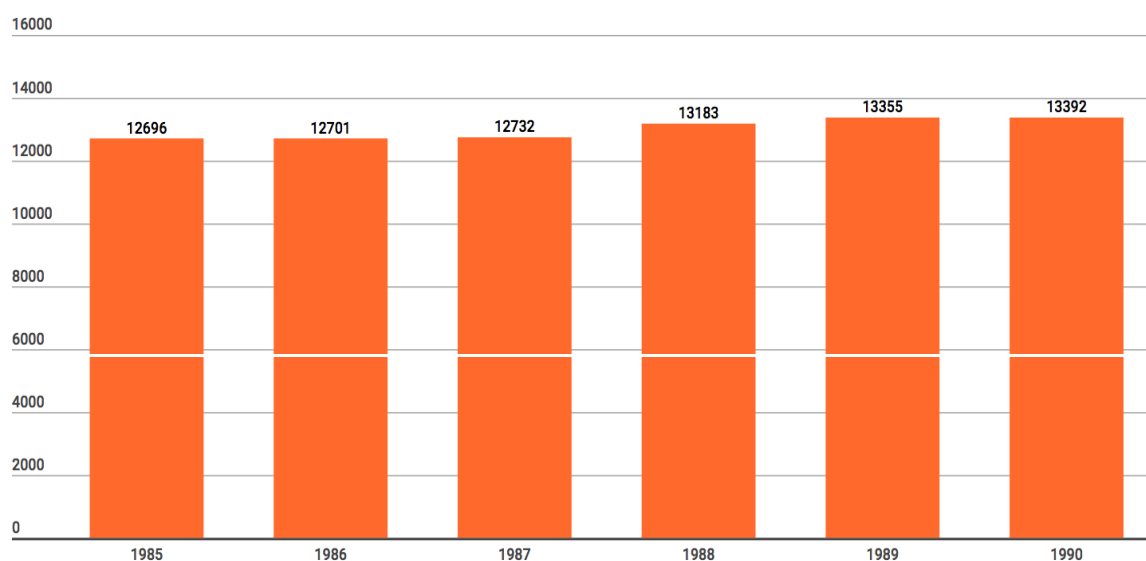


Ilustración 3 Gráfico de elaboración propia que muestra el número total de pantallas en la India en el año de referencia. Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO.

A pesar de las fluctuaciones como se observa en la ilustración que se muestra a continuación, en el campo de la producción, durante toda la década de los ochenta y ya a principios de los noventa en plena recuperación, la cinematografía india se mantuvo constantemente por encima de los setecientos títulos anuales, posicionándose desde los años setenta como el primer productor mundial de películas al superar los números de Estados Unidos y de Japón, que en los años cuarenta y hasta mediados de los cincuenta ostentaba el segundo lugar con una media de quinientos títulos anuales. (Cousin, 2004)

Largometrajes producidos en la India en el año de referencia 1981 - 1990

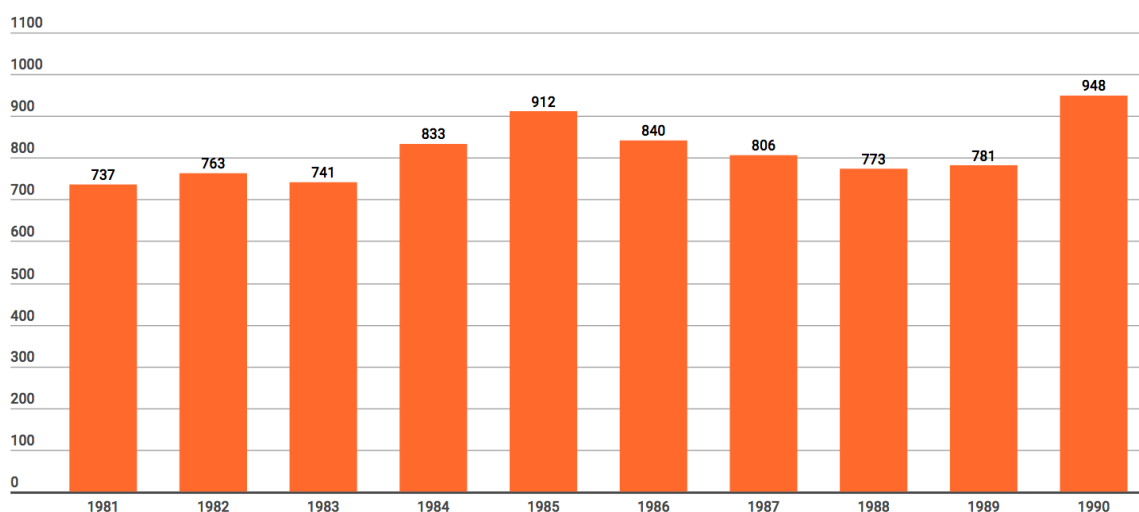


Ilustración 4 Gráfico de elaboración propia que muestra el número total de largometrajes realizados en la India en el año de referencia. Fuente: Instituto de Estadística de la UNESCO y Observatorio Audiovisual Europeo.

Desde el punto de vista industrial, el cine hindi producido en Bombay conservó su importancia al acomodar sus películas bajo el prototipo de *all india films* y, en términos culturales, ante la predominancia del hindi como una de las lenguas más extendidas en el país, así como en otros territorios facilitando la difusión de estas películas tanto en su idioma original, como en sus traducciones al inglés.

La producción de películas de Bollywood en su concepción actual se corresponden con una corriente principal de éxito comercial y, a menudo, con altos presupuestos, realizadas por una comunidad relativamente estable de productores independientes, además de conservar el mercado periférico de películas de cine de autor o cine arte, y otro de géneros menores del cine comercial con los mismos elementos visuales, musicales y argumentos, pero con diferentes presupuestos. Las empresas productoras de Bollywood están articuladas en función de una organización horizontal que comenzaron a integrar la producción, distribución y exhibición a partir de finales de la década de los años noventa.

Esta integración horizontal fue desarrollada por un cierto número de empresas que entraron en la industria cinematográfica centrándose en el logro de las economías de escala en la distribución y las finanzas, reportando ingresos y exportaciones que influyeron positivamente en el modelo de producción. El lanzamiento de un gran número de copias copando el mercado y en un intento de adelantarse a la piratería, así como el acceso a nuevos canales de distribución como el vídeo y la televisión supuso la comercialización de las películas hindis en todas las ventanas de exhibición. Además, se aprovecharon las posibilidades de ingresos auxiliares reportados por videojuegos, contenidos para teléfonos móviles y la música de las películas.

Sin embargo, este modelo de integración de servicios con vistas a una integración vertical, no ha logrado prosperar en la producción cinematográfica india. El modelo de producción ha continuado sustentado en pequeñas empresas y productoras independientes especializadas. Entre los años 2003 y 2005, por ejemplo, más del noventa por ciento de las películas de Bollywood, incluyendo las más taquilleras, no provenían de grandes corporaciones de integración vertical de la producción, la distribución y la exhibición, si no de estas pequeñas empresas que conforman la industria cinematográfica de la India. (Lorenzen y Täube, 2008)

Según los datos del Observatorio Audiovisual Europeo, en relación a la producción de películas, la India es de forma indiscutible el primer productor mundial de películas (sólo superado por Nigeria en años puntuales) con una facturación estimada de 1.500 millones de dólares. De esta producción, aproximadamente un tercio se corresponde con los contenidos de Bollywood propiamente dichos, y el resto se reparte entre otros centros de producción que responden a las variedades etnolingüísticas, con modos de producción similares.

La India oscila entre los cinco primeros puestos en número de pantallas. A mediados de la década de los años noventa, el parque de salas de cine indio rondaba las 13.100 pantallas, número que se fue reduciendo hasta llegar a los primeros años del nuevo siglo con aproximadamente 11.000. Esta cifra, salvo pequeñas fluctuaciones, se mantiene estable hasta el año 2015; tal y como se ha mostrado en la Ilustración 3, oscilando entre las 12.000 y hasta el número máximo de 13.400 en el año 2000. A pesar de la producción regular, el cierre de cines ha sido una constante en la mayoría de países del mundo.

6. 8. LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN EL CINE AFRICANO

6. 8. 1. Introducción a la historia del cine africano

La historia del cine africano se inicia a partir de los procesos de independencia iniciados en los años cincuenta y que alcanzan su punto álgido en los años sesenta. Durante este período, los diferentes países del continente africano asisten a un proceso de descolonización. Esta transformación se inició en los países del Magreb, y así, entre 1951 y 1958, se independizaron Libia, Sudán, Marruecos, Túnez, Ghana y Guinea, que fueron los primeros de una larga lista de territorios que alcanzaron su autonomía política. En los años sesenta tuvo lugar la constitución de casi una veintena de países: Alto Volta, Benin, Camerún, Congo, Costa de Marfil, Chad, Gabón, Madagascar, Malí, Mauritania, Níger, Nigeria, República Centroafricana, Senegal, Somalia, Togo y Zaire.

Fueron años complejos en la geopolítica internacional ya que la descolonización no fue igual en todos los territorios y algunos de ellos mantuvieron la relación con las antiguas metrópolis. Lo que es innegable en este período es la reacción en cadena, que según Elena (1999), se tradujo en el resto de independencias llevadas a cabo en los años setenta en países como Guinea-Bissau, Angola, Mozambique o Zimbabwe.³⁹

Autores como Elena (1995 y 2010), Aurenburg (2007 y 2010) o Memba (2008), coinciden en establecer el nacimiento del cine africano a partir de este momento con algunas contadas excepciones, como el caso de la Unión Sudafricana que gozaba de una producción apreciable, o el caso de Egipto, uno de los países del continente africano que ya se había independizado de Reino Unido en 1922 y tenía una producción cinematográfica regular.

³⁹ Ver anexo 2: Cronología de los años en los que alcanzaron la independencia los distintos países de continente africano.

En el resto de países no ocurrió lo mismo y hubo que esperar hasta que se completaron los procesos de independencia y la descolonización para empezar a hablar de obras cinematográficas propias.

En un artículo publicado en Le Monde en 1960, Georges Sadoul, se quejaba de que... *sesenta y cinco años después del invento del cine, todavía no se ha producido ni un solo largometraje realmente africano, es decir, interpretado, rodado, escrito, ideado y montado por africanos y, además, hablado en una lengua africana. Es decir, que doscientos millones de personas, quedan excluidos de la forma más avanzada de arte moderno.* (Aurensburg, 2007, p. 12)

En los inicios del cine en África, éste es considerado como una herramienta propicia para la transmisión de nuevas ideas y valores y, sobre todo, para la creación de una identidad propia desligada de la imagen colonial. “Estos pioneros, no consideran el cine como un mero entretenimiento, sino como un vehículo ideológico que puede servir para descolonizar las mentes, desarrollar una toma de conciencia y recuperar las herencias y tradiciones auténticamente africanas.” (Aurensburg, 2007, p. 12)

Durante el período de las luchas por la independencia en todo el continente, los movimientos de liberación conocían el valor de la cultura y del arte para consolidar el apoyo necesario a la lucha. Sin embargo, estos mismos movimientos, una vez convertidos en partidos mayoritarios en sus respectivos países, vieron en la cultura y en el arte una herramienta de apoyo al gobierno, por lo cual no hay un solo gobierno africano que haya apoyado el arte como simple medio de expresión. (El-Tahri, 2010, p. 29)

A lo largo de este capítulo se expone el desarrollo de la industria cinematográfica en los principales focos de producción del continente en el área de influencia de África Subsahariana. No se han considerado en esta investigación, a pesar de su importante trayectoria e interesante historia, las cinematografías de la zona del Magreb⁴⁰ debido a que las características geopolíticas, sociodemográficas, históricas y en relación a la producción audiovisual distan notablemente de objeto de estudio propuesto.

Sin embargo, es preciso destacar que en Marruecos, Argelia y Túnez, bajo el influjo francés, tuvo lugar un espectacular desarrollo del cine y fueron de los pocos países que contaron con una extensa actividad cinematográfica antes de los procesos de independencia. Como también ocurrió en Egipto, que merece el reconocimiento de ser la industria cinematográfica más antigua del continente africano.

6. 8. 2. El cine durante el período colonial: 1886 - 1960

A finales del siglo XIX, en una Europa marcada por la Revolución Industrial, se hace patente la necesidad de encontrar nuevos mercados y materias primas. África resulta el lugar idóneo para conseguir materias primas a precios razonables y se inicia una carrera hacia la colonización de los territorios africanos cuyo reparto entre los diferentes estados europeos tomará forma definitiva en la Conferencia de Berlín entre 1884 y 1885. Diez años más tarde, en 1895, nació el cine y comenzaron a prosperar los cinematógrafos grabando y proyectando imágenes alrededor del mundo.

⁴⁰ Tradicionalmente se ha llamado Magreb a la región del Norte de África que comprende los países de Marruecos, Túnez y Argelia, aunque más modernamente se incluye también a Mauritania, Sáhara Occidental y Libia.

Las primeras imágenes en movimiento que se pudieron ver en África datan de 1896, cuando un mago usó un proyector en frente de un público en Ciudad del Cabo. El cine colonial, se instauró en África como una forma de entretenimiento en colegios, aldeas y otros lugares, incluso antes de que construyesen teatro o salas especializadas, a través de unidades móviles. (Quevedo, 2010, p. 233)

Durante el período colonial de África cuatro países ostentaban el dominio de la mayor parte de territorio, Reino Unido, Francia, Portugal y Bélgica, siendo los dos primeros los que más territorios tenían bajo su dominio.

El cine era una herramienta de gran importancia y que fue utilizado para servir a tres finalidades principales. En primer lugar, ayudaba a introducir el concepto de modernidad, aumentaba el deseo y la demanda de los productos importados de Europa, y por último, promovía la lealtad a los colonizadores mediante la difusión de contenidos propagandísticos. (Quevedo, 2010)

La historia del cine en el continente subsahariano ha estado sujeta a la constante dialéctica entre poder y resistencia. En primer lugar, el cine se usó como forma de subyugación y control por parte de los poderes coloniales, que ofrecían imágenes negativas de los pueblos colonizados. (Quevedo, 2010, p.222)

Además del cine como vehículo de difusión de la modernidad y las ideas occidentales y para realizar propaganda de sus gobiernos, también existía la vertiente mercantil de las posibilidades derivadas de comercializar las películas ante nuevos públicos con una escasa inversión. Para las autoridades coloniales este hecho no pasó por alto y por ejemplo, en el caso del mercado francófono, la distribución cinematográfica estaba concentrada en manos de dos únicas compañías: la Société d'Exploitation Cinématographique Africaine (SECMA) y la Compagnie Africaine Cinématographique et commerciale (COMACICO).

Desde París – y a través de sus sedes regionales (Dakar, Abidjan y Douala) – estas sociedades distribuían en exclusiva unos 350 títulos al año, asegurando cambios semanales (y aún diarios) de programas, que hacían circular continuamente por los países limítrofes. La mayoría de estos filmes eran norteamericanos (40-45%) y franceses (30-35%), si bien, un pequeño cupo era cubierto por producciones indias o egipcias (20-25%): por lo común, de ínfima calidad y amortizada ya antes de llegar a las pantallas africanas en copias más que deficientes, esta oferta constituía una baratísima inversión para SECMA y COMACICO. (Elena, 1999, p. 154)

El gobierno francés se ocupó de concentrar el negocio cinematográfico de la distribución y la exhibición y, en 1934, aprobó la ley denominada “*Le Dècret Laval*” o *Decreto Laval* que actuaba como un órgano censor regulando la producción independiente de forma que se podía realizar ninguna película que no obtuviese el permiso correspondiente. (Diawara, 1999)

During World War II, the British Government established the Colonial Film Unit (CFU), which consisted of mobile cinemas that traveled to urban and rural areas screening short films, documentaries, and newsreels. The unit was headed by William Sellers, a health officer in the Nigerian Government, who had used magic lanterns and film screenings as early as the 1920s to instruct colonial audiences about the danger of plague. The organization established its own magazine, *Colonial Cinema*, with a quarterly print run of one thousand, distributed to professionals and enthusiasts all over the British Empire. Sellers had made some of the first films shot in Africa for African consumption and had been campaigning for more educational

cinema for years.⁴¹ (Larkin, 2008, p. 79),

Según relata Larkin (2008), en el área de influencia inglesa también existían experiencias parecidas a las francesas que promovían un tipo de cine de propaganda y difusión de ideas coloniales. En estas fórmulas de selección y difusión de contenidos concretos y amables hacia los colonizadores participaron todos los países con presencia en el continente.

El gobierno belga estableció instituciones dedicadas a controlar la producción y distribución de obras audiovisuales en los territorios bajo su supervisión, como fue el caso del *Bantu Educational Kinema Experiment* que, entre los años 1935 y 1937, se ocupaba de la difusión de propaganda gubernamental y difundía cortometrajes sobre higiene y modales occidentales, nutrición, impuestos, seguridad vial o construcción. (Quevedo, 2010).

En los momentos previos a los procesos de independencia se había favorecido la creación de unas mínimas y rudimentarias infraestructuras cinematográficas que proporcionarían un apoyo a los primeros cineastas africanos. A razón de esta actividad previa, algunos realizadores habían recibido formación audiovisual y, en el caso de los países francófonos, había muchos cineastas formados en París en el contexto del esplendor de la *nouvelle vague*. Así, en 1957 se rueda uno de los primeros hitos del cine africano fuera de su territorio, *Afrique sur Seine / África junto al Sena* (Vieyra y Mamadou Sarr, 1957), una película realizada por varios creadores africanos en París.

⁴¹ Larkin (2008), p. 79: “Durante la Segunda Guerra Mundial, el gobierno británico estableció la Colonial Film Unit (CFU), que consistía en una serie de cines móviles que viajaron a las zonas urbanas y rurales programando películas de corta duración, documentales y noticiarios. La unidad fue dirigida por William Sellers, un oficial del departamento de salud del gobierno de Nigeria, que había utilizado linternas mágicas y proyecciones de películas ya en la década de 1920 para instruir a las audiencias coloniales sobre el peligro de la peste. La organización había creado su propio magazine, *Colonial Cinema*, con una tirada trimestral de mil ejemplares, distribuidos a los profesionales y aficionados al cine de todo el Imperio Británico. Sellers también hizo algunas de las primeras películas rodadas en África para el consumo africano y promoviendo el cine educativo durante años.”

En el caso de los países de influencia anglófona, entre 1945 y 1948, la CFU⁴² establece distintas sucursales en países como Ghana, Nigeria, Kenia y Uganda y, posteriormente, con el resto de las colonias. Estas sucursales permitieron a estos países disponer de medios e infraestructuras, además de una modesta formación en las artes cinematográficas.

Desde finales de los años cincuenta, a las puertas de los procesos de independencia, Gran Bretaña decidió no tener una política asimilacionista con sus colonias. En el campo del cine, cada Estado tenía que desarrollar su propia política de producción. En los Estados africanos de habla inglesa se había hecho hincapié en la producción de películas documentales destinadas a la sensibilización y a la educación de la población, así como contenidos para la televisión, en detrimento de la producción de películas de ficción. En Gran Bretaña, incluso las únicas instituciones que apoyaban el financiamiento de estas películas, el British Film Institute y la cadena de televisión Channel 4, habían reducido paulatinamente su margen de actuación en favor del cine africano de habla inglesa. (Tapsoba, 1999)

En 1958, coincidiendo la independización de Francia, se crea en Guinea una sociedad denominada Sily-Cinéma, que controlaba la producción, la distribución y la exhibición en todo el país y que tuvo que enfrentarse a la oposición del SECMA⁴³ y el COMACICO⁴⁴ que intentaron boicotear esta iniciativa. Esta experiencia pionera deriva en otros casos de concentración del negocio cinematográfico en los países africanos y tratará de influir en la gestión del cine durante los años siguientes en los territorios ya independizados.

⁴² CFU: Colonial Film Unit

⁴³ SECMA: Société d'Exploitation Cinématographique Africaine.

⁴⁴ COMACICO: Compagnie Africaine Cinématographique et commerciale.

Interesados en el mercado anglófono, en 1961, Estados Unidos crea la Motion Picture Export Company of Africa (AMPECA). “Con participación de todas las *majors*, la AMPECA, no tarda en hacerse con este mercado y regularlo a capricho (así, por ejemplo, limitará la afluencia de sus productos en Nigeria para poder renegociar a la alta sus precios).” (Elena, 1999, p. 155)

El creciente interés norteamericano por el África francófona, tanto o más por razones políticas y culturales que económicas, conducirá a la creación en 1969, de la Afro-American Filmes (AFRAM), con sede en Dakar, en un momento en el que arrecian las presiones anti-monopolistas en algunos países. (...) Un segundo asalto se producirá en junio de 1969, cuando Argelia nacionaliza la distribución cinematográfica, enfrentándose a la poderosa Motion Picture Export Association of America (MPEAA), quien a su vez boicotea el mercado argelino hasta 1974. (Elena, 1999, p. 156)

La producción cinematográfica del período colonial está marcada por las ansias de las metrópolis de controlar principalmente la distribución de las películas y en absoluto centrada en las posibilidades de los cineastas africanos, que tendrán que esperar hasta que se completen los procesos de independencia para empezar la búsqueda un imaginario cinematográfico propio.

6. 8. 3. Los cines africanos emergentes: 1960 - 1990

Los países africanos, primero en el período colonial y después en la transición hacia la independencia, han tenido trayectorias muy dispares dependiendo del país colonizador y es por ello que existe un mayor desarrollo cinematográfico en los países del área francófona ya que, dentro de este radio de acción, encontramos países de la zona de Magreb con una extensa producción filmica. Este hecho también es extensible a los países del área subsahariana y se explica a través del desarrollo de determinadas políticas del gobierno francés de apoyo a la cultura en las que fueron sus colonias.

Films directed by Africans in the former French colonies are superior, both in quantity and in quality, to those by directors in other sub Saharan African countries formely colonizad by the British, the Belgians and the Portuguese. Eighty percent of black African films are made by francóphone africans. In 1974, six featured films were made by directors in Senegal alone. In 1982, Francophone africans made as many as thirty short and featured films, against thirteenth made by their counterparts in Anglophone and Lusophone Africa and in Zaire.⁴⁵ (Diawara, 1992, p. 21).

En el contexto de los nuevos territorios independientes, a partir de 1960, comienza a forjarse el cine africano con un marcado espíritu de denuncia sociopolítica y ansioso de la creación de un imaginario propio inscrito, según Elena (1999), en el movimiento de la *négritude* y al amparo del sentimiento común que les generaba el pasado colonial y los procesos de independencia.

⁴⁵ Diawara (1999, p. 21): "Las películas dirigidas por cineastas africanos en las colonias, eran superiores en número y calidad, a aquéllas de los directores de los países del África Subsahariana de las colonias británicas, belgas y portuguesas. El ochenta por ciento de las películas de "África negra" fueron realizadas por africanos francófonos. En 1974, seis largometrajes fueron realizados por directores de Senegal. En 1982, africanos francófonos realizaron más de treinta cortometrajes y largometrajes, en contra de los trece realizados por sus homólogos en el África anglófono, lusófona y en Zaire."

Como expone Speciale (2007), durante estos años, “los movimientos panafricanistas recorrían todo el continente y, en este contexto, el cineasta asumía una labor social similar a la del griot,⁴⁶ transmitiendo la literatura oral y la memoria histórica de generación en generación.”

En la lucha por la liberación colonial y con la llegada de las independencias en los años 60, los directores y escritores africanos se lanzaron a la tarea de reapropiación de su imagen dañada o ausente, considerando el cine en su función instrumental de cambio político-social. (Leal Riesco, 2012, p. 119)

Sin embargo, el tejido empresarial que rodea al primer cine africano es una herencia directa de las colonias y, por ello, esta primera fase está marcada por las rivalidades de unas pocas empresas para intentar concentrar los negocios de distribución y exhibición.

A finales de la década de los sesenta, la AFRAM⁴⁷, en alianza con una compañía suiza, Socofilms, consigue penetrar en mercados de predominio francés, aprovechando la situación creada ante el rechazo de las prácticas anti-monopolísticas.

⁴⁶ *Griot*: Un griot o jeli (djeli o djéli en francés) es un narrador de historias de África Occidental. El griot cuenta la Historia de la forma que lo haría un poeta, un cantante de alabanzas o un músico vagabundo. Un griot es un depósito de tradición oral. Como tal, en ocasiones se le conoce como *bardo*. Los griots se pueden encontrar en la actualidad en multitud de lugares de África Occidental, como Malí, Gambia, Guinea, Mauritania y Senegal, y están presentes entre los pueblos mandé (mandinka, malinké, bambara, etc.), fulbe (fulani), hausa, songhai, tukulóor, wolof, serer, mossi, dagomba, árabes mauritanos y multitud de otros grupos más pequeños. La palabra deriva de la transliteración francesa "guiriot", de la palabra portuguesa "criado", término masculino singular para "sirviente". En las lenguas africanas, los griots son conocidos mediante un sinnúmero de nombres: jeli en las áreas mande del norte, jali en las áreas mande del sur, guewel en wolof, gawlo en pulaar (fula). Los griots forman una casta endogámica, lo que significa que la mayor parte de ellos solo contrae matrimonio con otros griots y que aquellos que no lo son normalmente no interpretan del mismo modo que ellos. Fuente: Griot (s. f.) En Wikipedia. Recuperado el 29 de mayo de 2018.

⁴⁷ AFRAM: Afro-American Films

Cómo afirma Elena (1999), siguiendo la estela del precedente creado por Guinea, otros países como Burkina Faso (antiguo Alto Volta), Malí, Senegal, Benin, Madagascar o el Congo, también intentan sin éxito nacionalizar sus respectivos sectores de distribución.

Estos intentos acabaron fracasando ante el boicoteo sistemático de las grandes sociedades de distribución como SECMA o COMACICO, que habían tomado forma durante el período colonial. Éstas sociedades mencionadas, serán absorbidas por la Union Générale du Cinema (UGC) en 1972, cesando su actividad dos años más tarde.

NI la Société de Participation Cinématographique Africaine (SOPACIA), creada en 1972, ni el Consortium Interafricain de Distribution Cinématographique (CIDIC, que inicia formalmente sus actividades en 1979, tras un largo período de gestación) permitirán a Francia recuperar su hegemonía, saldándose ambas experiencias con rotundos fracasos. (Elena, 1999, p. 156)

El CIDIC actuaba desarrollando una estrategia de mercado común agrupando catorce países con la idea de revertir ciertos beneficios en la producción local a través del Consortium Interafricain de Production de Films (CIPROFILM). Esta iniciativa cesó su actividad en 1984 ante la falta de apoyo por parte de los gobiernos africanos de los países implicados.

En este marco, las empresas distribuidoras intentan conseguir posiciones relevantes en los mercados mediante operaciones de fusión y concentración de la actividad industrial y, a la vez, comercializar las películas de los directores africanos mediante contratos abusivos. Muchas de estas películas, sobre todo el área de influencia francesa, se realizan a través de financiación procedente de la antigua metrópolis.

En 1962, Ousmane Sembène realiza el cortometraje *Borrom Sarret* (Sembène, 1962) dando inicio al cine africano subsahariano⁴⁸, así como a las políticas de cooperación del gobierno francés para la cultura. Estas políticas, canalizadas a través del Ministère de Coopération, proporcionaba a los realizadores africanos financiación, medios técnicos y, en ocasiones, formación en ciudades europeas a cambio de los derechos de explotación no comerciales de las películas y también de los derechos de distribución, como en el caso del mencionado cortometraje de Sembène. “La distribución oficial era vista por los cineastas como el necesario precio a pagar si querían dar continuidad a su carrera, toda vez que las pantallas comerciales les estaban sistemáticamente vedadas en virtud de las prácticas monopolísticas de los distribuidores.” (Elena, 1999, p. 160)

Años más tarde, en 1968, Sembène se consagró como “padre” y uno de los máximos exponentes del cine africano con la película *Le Mandat* (Nesle y Sembène, 1968), el primer largometraje de África Subsahariana rodado en una lengua africana autóctona, el *wolof*.

Desde 1963 se ideó un modo de intervención de la oficina de cine mediante la creación de un presupuesto que permitía la adquisición de los derechos no comerciales de las películas africanas. Más tarde se admitió la adquisición de las películas bajo algunas condiciones establecidas antes del rodaje para los proyectos que, según los franceses, presentaban importantes garantías técnicas y artísticas. Desde entonces, el sistema francés ha evolucionado hasta llegar a la creación del Fondo Sur en 1984: se trata de un fondo interministerial financiado por el Ministerio Francés de Asuntos Exteriores. (Tapsoba, 1999, p. 21)

⁴⁸ Las primeras películas africanas realizadas por directores africanos y rodadas en un país africano independiente de la colonia, serían las egipcias. En Egipto encontramos ejemplos y una infraestructura cinematográfica ya desde los años treinta, aunque como se ha explicado, debido a su particular entorno y contexto anterior a la descolonización no se ha tenido en consideración para la investigación.

El inicio de la década de los años setenta está marcada por dos circunstancias que contribuyeron al desarrollo de la producción audiovisual africana que, hasta ese momento, se venía desarrollando principalmente en Senegal, Níger y Sudáfrica. En primer lugar, la primera edición en 1969 del Festival Panafricano de Cine de Ouagadougou (FESPACO) en Burkina Faso y la fundación de la Federación Panafricana de Cineastas (FEPACI). Y en segundo lugar, la creación y consolidación de infraestructuras para el desarrollo de la televisión, especialmente en el caso de Nigeria que se analizará en profundidad en el próximo capítulo.

Estos hechos contribuyeron a continuar la creación de películas africanas aportando un foro para el cine africano en el caso del FESPACO y, en el caso de los incipientes canales de televisión, al dar cabida a nuevos profesionales y alimentar el desarrollo de los medios técnicos disponibles para la realización de programas de televisión y películas. En esta época surgen nuevos epicentros de la producción cinematográfica africana como Costa de Marfil, Camerún, Malí, Ghana y Nigeria.

La historia de la FEPACI es crucial para entender el desarrollo de la producción africana en general. Sin embargo, es en el África francófona dónde las políticas de promoción de los directores se consolidaron con mayor éxito. Los esfuerzos de la FEPACI en el África francófona contribuyeron a la creación de centros cinematográficos en los distintos países, al desarrollo de un Centro de Distribución Interafricano (CIDIC) y a la creación del Festival de Ouagadougou para la promoción de las películas africanas. (Diawara, 1992, p. 35)

En la década de los ochenta, “Socofilms se hará con la mayor parte del mercado africano, difundiendo fundamentalmente producciones norteamericanas y redistribuyendo incluso filmes franceses comprados a la UGC de París.” (Elena, 1999, p. 157). Ésta empresa será adquirida en 1989 por la Compagnie Franco-Africaine de l’Audiovisuel (CFAA), que será la principal entidad distribuidora en los más importantes centros de producción y consumo cinematográfico de África Subsahariana. Hasta finales de la década de los noventa, la CFAA generará un dominio de películas norteamericanas y francesas en las pantallas africanas, situando la cuota de exhibición de las producciones autóctonas en torno al cinco por ciento.

6. 8. 4. El cine africano contemporáneo: 1990 - 2000.

En la historia de la producción cinematográfica, los años noventa están marcados por la parición de los sistemas digitales de grabación y reproducción, además de ser la década en la que se desarrollan los efectos especiales generados por ordenador. Esta drástica transformación de la industria cinematográfica se traduce en una explosión creativa muy significativa al existir una cierta democratización en el acceso a la tecnología para producir obras audiovisuales al hacer viable el abandono del celuloide durante el proceso de producción de la película.

En el caso de África, la aparición de las posibilidades abiertas por el vídeo digital, vienen acompañadas a su vez, de la crisis que supone la retirada de muchos de los fondos de ayuda a la cultura proporcionados por países europeos. Esto se traduce, según afirma Aurenburg (2010), en grandes dificultades para encontrar financiación para las películas de autor y en el cierre de salas bajo el dictado del Banco Mundial, que obliga a los países africanos a liberalizar la economía sacrificando la cultura como primer término en el camino de intentar sanear las endeudadas arcas de los diferentes estados.

Los noventa también vieron resurgir un nuevo estilo de hacer cine y de contar historias, esta vez en vídeo o DVD y distribuidos de forma informal en mercados o por Internet a las comunidades de la diáspora. Lo que comenzó en Ghana y se forjó en Nigeria con el nombre de Nollywood, se ha “apropiado” de toda África ofreciendo imágenes que pueden calificarse de híbridas y que difieren en gran medida de las imágenes que los cineastas africanos (...) han ofrecido. (Quevedo, 2010, p. 256)

Marcados por inestables estructuras empresariales (ya que el cine africano siempre ha sido primordialmente de producción independiente) y con la distribución y la exhibición aún “colonizadas”, los cineastas africanos siempre han mostrado más preocupación por el desarrollo artístico que por el desarrollo de una industria cinematográfica.

Así, tal y como relata Aurenburg (2010), durante los años sesenta, los directores africanos se ocuparon de descolonizar la mirada y el pensamiento para reconquistar su espacio y su propia imagen. Los setenta es la década en la que la sociedad africana se mira en el cine a modo de espejo denunciando las tradiciones obsoletas y a una élite marcada por la corrupción, temáticas también recurrentes en las obras literarias de autores tan reconocidos como Chinua Achebe o Wole Soyinka. En los ochenta, una vez asumido el desencanto de las independencias, el cine vuelve al origen de la tradición africana consiguiendo reconocimiento internacional.

6. 8. 5. New African Cinema: desde los años 2000 hasta nuestros días.

El cine procedente del continente africano siempre se ha entendido fuera de sus fronteras, y especialmente en occidente, ligado al concepto de cine arte o cine de autor. El hecho de realizar películas respondía más a una cuestión cultural de búsqueda y expresión de una identidad audiovisual, que a la idea de desarrollar un mercado cinematográfico nacional.

En la época en la que se llevan a cabo los diferentes procesos de independencia, en la mayoría de países el desarrollo cinematográfico existía ligado a la distribución y exhibición y era patente la carencia de una producción propia regular. Las películas que se llevaban a cabo se difundían principalmente en un contexto de festivales, dificultando la rentabilidad de las mismas y quedando, de esta forma, subordinados a las ayudas externas. (Elena, 1999)

Sin embargo, este panorama comenzó a cambiar en la década de los noventa. A partir de la democratización tecnológica que supuso el acceso al video cambió la situación a otra realidad en la que se empezaron a producir muchas películas de forma autóctona, pero que no salían de los circuitos nacionales y no llegaban a los festivales al no cumplir estándares de calidad o formato.

Los años noventa, son el escenario del declive de los cines de África, que pone el acento en la innovación formal. Llegados a la primera década del nuevo siglo los cineastas africanos han tenido que reinventar, a la fuerza, su cinematografía. (...) Sembène dirige dos películas relacionadas con la condición de la mujer y la libertad de expresión, *Faat kiné* (Mbengue, 2001) y *Moolaadé* (Sembène, 2003). Cissé vuelve a rodar 14 años después de su anterior film y presenta en *Cannes Minyé* (*Dis moi qui tu es, dime quién eres*) (Cissé, 2009). (Aurensburg, 2010)

Med Hondo lleva a cabo su película *Fatima, l'algerienne de Dakar* (Hondo, 2004) y Haile Gerima realiza *Teza* (Gerima, 2008). Además, en el nuevo siglo tendrá lugar un gran acontecimiento para el reconocimiento internacional del cine africano. A pesar de que los directores mencionados ya habían conseguido galardones y alabanzas por parte de la crítica internacional, en el año 2006, *Tosti* (Fudakowski, 2005), dirigida por el sudafricano Gavin Hood, consigue ganar el Oscar a la mejor película extranjera y se convierte en la primera⁴⁹ película africana en conseguir este premio.

La primera década de los años 2000 supone un revulsivo para la cinematografía africana. Orlando (2017) habla de cómo este New African Cinema abandona las estructuras teóricas y políticas del Tercer Cine poscolonial para dar paso al tratamiento de temas globales y la puesta en marcha de circuitos mercantiles de producción, distribución y exhibición.

Este tránsito viene marcado por el objetivo de conquistar a las nuevas audiencias que tienen una cultura audiovisual contemporánea y han crecido bajo la influencia de la proliferación del video y DVD, la televisión satélite y la llegada de Internet. "New African Cinema is the product of the past as well as the current transnational and transcontinental stories of globalized cultures as they interact with each others."⁵⁰ (Orlando, 2017, p. 84)

⁴⁹ La primera película de un país africano que ganó un Oscar fue *La Victorie en chantes* (Perrin, 1976) de Costa de Marfil, pero fue realizada y producida por autores franceses.

⁵⁰ Orlando, 2017, p. 84: *El Nuevo Cine Africano es un producto del pasado y a su vez, de las actuales historias transnacionales y transcontinentales de las culturas globalizadas y la interacción entre unas y otras.*

6. 8. 6. Principales centros de producción y representantes del cine de África subsahariana.

En las obras de autores como Arensburg (2010), Elena (2010) o Quevedo (2010), la historia del cine africano se cuenta a partir de sus protagonistas y en relación a sus países de origen. En el caso de algunos, representan destacados centros de producción, y en otros, son responsables de algunas de las mejores obras cinematográficas del país del que proceden. Para desarrollar este capítulo, se han tomado como modelo las estratificaciones desarrolladas por los autores mencionados.

La cinematografía surgida en cada uno de los distintos países que destacan por una producción regular o por contar con representantes y obras de calidad reconocidas por la crítica internacional, tuvieron sus raíces, en muchos casos, en las instituciones dejadas tras las colonias o en los programas de ayuda al desarrollo a la cultura que proporcionaron algunos países europeos, dónde se habían formado algunos de los cineastas más relevantes. Hasta este momento, hacia 1960, sólo los europeos habían realizado documentales y películas en África y sobre los africanos.

La situación fue completamente diferente tras los procesos de independencia y los diferentes países tratan de desarrollar una cinematografía propia de diversas maneras. En este sentido, tiene gran relevancia los legados dejados por las diferentes colonias en uno y otro territorio, así como las infraestructuras de la televisión o profesionales formados en el campo audiovisual.

Jean Rouch, padre del Cine Verité y fundador del Comité du Film Ethnographique (Ethnographic Film Comitee) at the Musée de l'Homme (Anthropological Museum), daba cuenta cómo había cambiado esta situación. En una mesa redonda sobre “Africa and Film”, organizada por la UNESCO en 1961, Rouch llamó la atención sobre el legado dejado por la British Colonial Film Unit, la Belgian Missionary Cinema, y el Ethnographic Film Comitée, en colaboración con el Ministerio Francés de Asuntos Exteriores. Destacó también, los africanos anglófonos formados en la escuela de cine de Accra y los primeros graduados en la escuela Nacional de Cine de París. (Diawara, 1992, p. 7)

A continuación, siguiendo el esquema y la distribución geográfica propuesta por Quevedo (2010), se detacarán algunos de los países que han tenido especial relevancia a lo largo de la historia de la producción cinematográfica africana y las épocas en las que ha sido más intensa su actividad cinematográfica:

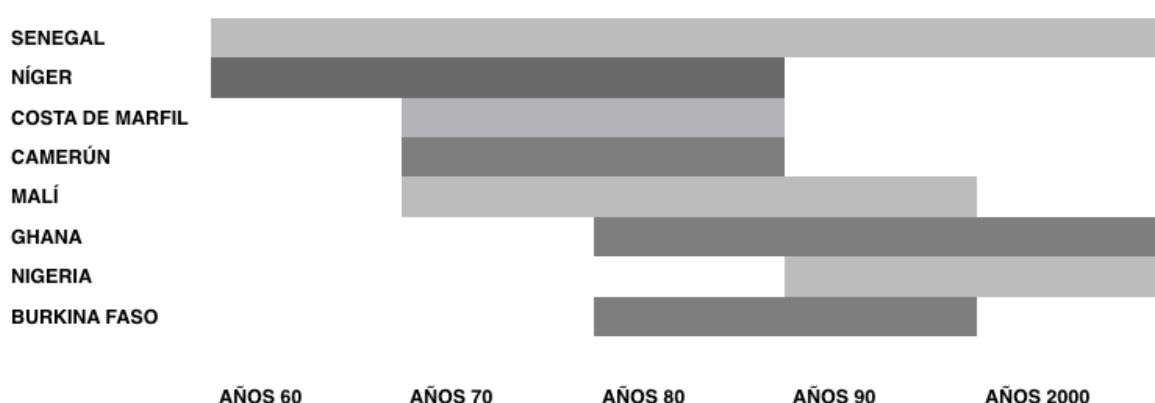


Ilustración 5 Gráfico que muestra el inicio y desarrollo de los principales centros de producción africanos.

6. 8. 6. 1. Senegal

Senegal es el país más destacado en cuanto a número de directores que han obtenido reconocimiento internacional, así como en la distribución de sus películas, muchas de ellas participantes en importantes festivales de cine en todo el mundo. Además, en los años de inicio y desarrollo de su cinematografía y hasta hace pocas décadas, contaba la mejor infraestructura del continente africano, llegando a tener más de ochenta salas de cine que fueron cerrando paulatinamente a partir de la década de los años ochenta. Hoy en día sólo cuenta con unas pocas salas de exhibición según los datos del Instituto de Estadística de la UNESCO (la propia entidad indica que estos datos no son fiables ya que el número oscila de unas fuentes a otras).⁵¹

El cine en Senegal, y en toda África, se inicia y toma forma con **Ousmane Sembène**. Inaugura la cinematografía africana con el cortometraje *Borrom sarret* (Sembene, 1962). Esta película fue financiada con las ayudas que subvencionaba el gobierno francés a través de diferentes organismos como parte de una política de apoyo a la cultura y al desarrollo de la cinematografía en los países de influencia francófona. Esta línea de ayudas se inició durante los procesos de independencia y duró hasta los años ochenta.

En 1966 realizó su primer largometraje, también considerado el primer largometraje africano subsahariano, *La noire de...* (Zwoboda, 1966), que fue comprada por el Ministère de Coopération con el objetivo de rescindir el acceso a la cinta que trataba sobre una chica senegalesa que tiene que trabajar al servicio de una familia burguesa francesa y termina suicidándose. La película mostraba la explotación a la que eran sometidos de los trabajadores senegaleses en Francia.

⁵¹ En el informe Mercados Emergentes y Digitalización de la industria cinematográfica del año 2012 del Instituto de Estadística de la Unesco no se poseen datos de África subsahariana en relación al número de pantallas. Fuente: <http://data.uis.unesco.org/>

Con su segundo largometraje, *Le Mandat* (Nesle, 1968), rueda en *wolof* por primera vez y cuenta la historia de un padre de familia de una aldea que recibe un giro postal. La cinta narra el periplo del protagonista para cobrar el envío sin tener documentación y la relación con el resto de personajes que envidian o codician el mencionado envío. Para realizar la obra recibió los fondos del gobierno francés, pero se asignó un productor francés que, además de gestionar los fondos, imponía una serie de requisitos en la línea creativa.

Desde ese momento, Sembéne decidió renunciar a la financiación francesa y así *Emitai*⁵² [El dios del trueno] (1971), *Xala* (Vieyra, 1975) y su magistral *Ceddo*⁵³ [Los resistentes] (1977) serían producidas independientemente. Pero Sembéne es ciertamente una excepción a la regla, como demuestra el hecho de que casi el 70 % de los filmes realizados en el África francófona entre 1963 y 1975 recibieran asistencia técnica o financiera del Ministère de la Coopération. (Elena, 1999, p. 161)

Al igual que había ocurrido con *Ceddo* (Sembéne, 1977) que había sido censurada en Senegal, en 1988 rueda *Camp de Thiaroyé* (Mbengue, 1988), siendo esta cinta nuevamente censurada, esta vez en Francia, debido a la imagen que presenta del ejército colonial francés. En la primera década de los años 2000 rueda dos películas, *Faat Kiné* (Mbengue, 2001) y *Moolaadé* (Sembene, 2003), siendo ésta la última obra antes de su muerte en el año 2008. Ousmane Sembéne ha dado nombre a la historia del cine africano, sus películas han sido reconocidas internacionalmente en festivales como Cannes, Venecia o Berlín. Ha sido uno de los directores más prolíficos de Senegal y África subsahariana, y protagonista de diversos libros y artículos sobre su vida y obra. En el año 2015 se estrenó el documental sobre su vida *Sembéne* (Gadjigo, 2015).

⁵² Referencia en la bibliografía: *Emitai* (Sembéne, 1971).

⁵³ Referencia en la bibliografía: *Ceddo* (Sembéne, 1977).

Otro de los grandes representantes del cine senegalés es **Djibril Diop Mambéty**, cuyo cine “destaca por su uso del surrealismo y la alegoría, e introduce lo simbólico, paródico y carnavalesco en la introspección del ser humano.” (Quevedo, 2010, p. 245) Mambéty se erige, al igual que Safi Faye, como uno de los máximos exponentes del cine africano subsahariano, ambos, herederos de la cinematografía de Sembéne.

En 1968 realiza la película *Contras City* (Mambéty, 1968), un cortometraje considerado por autores como Aurenburg (2010), el primer *film* africano de comedia. La película narra la desigualdad en las dos caras de la ciudad de Dakar a través de la voz en off del propio Mambéty.

A pesar de contar con sólo unas pocas obras destacadas, Mambéty es un cineasta de gran importancia por el tipo de cine que realizó y el reconocimiento internacional que obtuvo con su trabajo. En su película *Touki Bouki* (Mambéty, 1973) se muestra la dicotomía entre la modernidad y la tradición en las peripecias de una pareja en su intento por emigrar a Europa en la búsqueda de un futuro mejor y ante la imposibilidad del protagonista de abandonar sus raíces. (Elena, 1999)

Otra de las grandes películas de Mambéty, que le han valido un capítulo en la historia del cine senegalés y del cine africano es la *La petite Vendeuse de Soleil* (Mambéty, 1999), segunda parte de la trilogía inconclusa dedicada a los niños de la calle, iniciada con *Le Franc* (Vose, 1994). En ella, cuenta la historia de Sili, una niña con diversidad funcional física que toma la decisión de dejar de mendigar y vender periódicos en la calle para emanciparse de la dependencia y la humillación. La película no es solamente una oda a la combatividad y capacidad de superación de los niños con dificultades, a la amistad, la bondad y la generosidad, si no que se trata también de una sátira sobre la democracia y la libertad de prensa. (Aurenburg, 2010).

Por último, destaca la obra de **Safi Faye**, que además de tratarse de una cineasta destacada por contribuir a la consolidación de Senegal como uno de los países más importantes en cuanto a producción cinematográfica, también sobresale por ser una de las primeras y de las escasas representantes femeninas del cine africano.

Kaddu Beykat (Faye, 1976), “un acercamiento cuasi-etnográfico a la vida rural de su país” (Elena, 1999, p. 162), se encuentra entre las obras más importantes jamás realizadas en el continente. Situada en un pueblo *serer*⁵⁴ y también rodada en esta lengua en algunos de sus diálogos, la película es un testimonio de las comunidades rurales de los pueblos senegaleses.

El interés de esta directora por el documental, también se puede observar a través de su obra *Selbé* (Faye, 1983), “que ha servido de referencia a numerosas mujeres cineastas, donde los personajes femeninos, exponen sus preocupaciones e incluso llegan a criticar a los hombres del pueblo.” (Quevedo, 2010) A partir de la figura de Selbé y su recorrido diario se va construyendo la historia de esta mujer en particular y otras del mismo pueblo, que ven discurrir su vida en el Senegal rural en ausencia de sus maridos emigrados a las ciudades en búsqueda de trabajo.

6. 8. 6. 2. Níger

Níger no es un país que destaque en la actualidad por una extensa producción cinematográfica o que cuente con demasiados representantes del cine africano entre sus cineastas. Pero al igual que Senegal, y al amparo de las ayudas del gobierno francés a la producción, vivió una edad de oro cinematográfica en los años sesenta y setenta.

⁵⁴ Los *serer* son el tercer mayor grupo étnico de Senegal, sumando el 14.7% de la población senegalesa. El pueblo *serer* (también escrito “sérère”, “sereer”, “serere”, “seereer” y algunas veces de modo equivocado “Serre”) junto con los *diola* son reconocidos como los habitantes más antiguos de las regiones de Gambia y Senegal.

Uno de los personajes claves en el prolífico Níger de las décadas mencionadas, será Jean Rouch, que descubre y apoya a dos directores nigerienses, siendo los más importantes del momento: Moustapha Alassane y Oumarou Ganda.

Alassane cultivó el género de la animación con unos presupuestos muy limitados y por su parte, **Ganda** revisa la cuestión islámica a través de diversos aspectos.

Níger sería el primer país de África subsahariana en el que la televisión (ORTN) se comprometió con la participación en la producción de largometrajes, sobre todo de ficción durante la década de los setenta. Sin embargo, el prometedor cine nigerino se agota antes de lo previsto. Ganda fallece en 1981 y Alassane rueda su último largometraje al año siguiente sin que se produzca el esperado y necesario relevo generacional. De este modo, Níger perderá su papel de vanguardia para dar paso a otros más advenedizos en el conjunto del cine africano. (Elena, 1999)

6. 8. 6. 3. Costa de Marfil, Camerún y Mali

En 1960, al igual que en la mayoría de países de la zona de influencia francófona, Costa de Marfil, Camerún y Mali se independizan de Francia. Como sucedió en otras regiones, los procesos de independencia traen consigo un reclamo autóctono de las formas de cultura siendo el cine una de las más sobresalientes.

Así, los marfileños **Henri Dupac**, **Desiré Ecaré** y **Fadika Kramo- Lanciné**, situarán a su país en un brillante nivel en el tránsito de la década de los setenta a los ochenta con una producción habitualmente decantada a la comedia. (Elena, 1999, p. 163)

Las obras cinematográficas de estos autores utilizaban el humor para criticar a las élites y ofrecer una visión de la vida diaria post-independencia. Tal y como relata Elena (1999), Duparc fue de los mejores representantes del género cómico sin perder la temática de denuncia en el trasfondo de sus obras.

Ecaré, por su parte, alcanzó notoriedad internacional a través de sus retratos de la mujer marfilense en la sociedad del momento, pero fue Kramo-Laciné quien “engrosa las mejores páginas de la historia del cine africano con *Djeli* (Kramo-Laciné, 1981), una excelente mirada sobre la pervivencia de las tradiciones ancestrales en la moderna sociedad africana”. (Elena, 1999, p. 164)

En Camerún, dos grandes directores comenzarán su carrera durante los años setenta: **Daniel Kamwa** y **Jean Pierre Dikongue-Pipa**. Kamwa realiza su primera película en 1973, *Boubou cravate*⁵⁵, sobre un funcionario que quiere vivir a toda costa a la manera occidental, y la segunda en 1975, *Pousse-Pousse*⁵⁶ (Bici-taxi) que alcanzó gran éxito comercial en África, y relata en tono de comedia las aventuras de un carretero que trata de conseguir la dote necesaria para casarse. Dikongue-Pipa alcanzó el éxito internacional y de la crítica, además del Étalon de Yennenga en el fespaco de 1976, con su película *Muna Moto*⁵⁷ (L’enfant de l’autre, el hijo de otro), 1975, una profunda reflexión sobre el conflicto entre tradición y modernidad. (Aurensburg, 2010)

⁵⁵ Referencia en la bibliografía: *Boubou cravate* (Kamwa, 1973)

⁵⁶ Referencia en la bibliografía: *Pousse Pousse* (Kamwa, 1975)

⁵⁷ Referencia en la bibliografía: *Muna moto* (Dikongue-Pipa, 1975)

La cinematografía de Malí, se cuenta a partir de su máximo representante, **Souleyman Cissé**. Formado en la Unión Soviética, Cissé es uno de los principales cineastas de África, que inspiró a otros jóvenes malienses dando a este país una posición central en el cine del continente. En este sentido, comparte con Sembéne el hecho de haber recibido formación audiovisual en el extranjero, así como la preocupación por la utilización del cine como vehículo de expresión e identidad y la transmisión de estos valores a otros jóvenes cineastas.

Cissé realiza en la década de los setenta dos importantes largometrajes – *Den musso*⁵⁸ [La muchacha] (1975) y *Baara*⁵⁹ [El trabajo] (1978) – que constituyen sendas radiografías de la estructura de clases en su país, consagrándose internacionalmente en 1982 con *Finye*⁶⁰ [El viento], film-bandera de la nueva política mitterandiana de apoyo al cine africano (Elena, 1999, p. 164)

En 1987, realiza la película con la que se consagró como gran cineasta fuera de las fronteras malienses recibiendo el Premio Especial del Festival de Cannes con *Yeelen* (Cissé, 1987). Según Quevedo (2010), Taylor afirma que en la década de los ochenta los cineastas africanos empezaron a innovar en las temáticas y estilo de sus obras. Este cambio se hace patente a partir de la película *Yeelen* y se caracteriza por el análisis de los aspectos sociales que conlleva la modernidad e indaga en el legado cultural bajo una perspectiva íntima e individualista. “Este tipo de cine hace destacar la identidad cultural africana precolonial, y por lo tanto sus historias, que reflejan la influencia de la oralidad, los mitos y los valores culturales, se sitúan en un África en la que no existe influjo occidental.” (Quevedo, 2010, p. 247)

⁵⁸ Referencia en la bibliografía: *Den Musso* (Cissé, 1975)

⁵⁹ Referencia en la bibliografía: *Baara* (Cissé, 1975)

⁶⁰ Referencia en la bibliografía: *Finyé* (Cissé, 1975)

Siguiendo la estela de Cissé, podemos destacar a Cheikh Oumar Sissoko. Además de su importante producción fílmica, este autor es relevante por su labor como director del Centre National de Production Cinématographique du Mali tras el derrocamiento del dictador Moussa Traoré.

6. 8. 6. 4. Sudáfrica

Sudáfrica es un país que destaca en la actualidad por ser uno de los principales centros de producción del continente, con un nutrido grupo de estudios cinematográficos y financiación propia y extranjera, que alimenta muchas de las recientes producciones a partir de los años 2000. Con casos como el de **Gavin Hood**, que en 2006 obtuvo el Oscar a la mejor película extranjera, *Totsi* (Fudakowski, 2005) fue la primera película africana en recibir el galardón. Este director ha desarrollado su carrera entre Sudáfrica y Estados Unidos, donde en los últimos años, ha trabajado en superproducciones a cargo de las *majors*.

Con una larga historia a sus espaldas, el cine sudafricano, apenas si ha terminado por comparecer en los grandes circuitos comerciales y de festivales en estos últimos años. La larga sombra del *apartheid*⁶¹ tuvo, sin duda, mucho que ver con esta tradicional invisibilidad, incluso dentro del propio contexto africano: su (forzada) ausencia en el Festival Panafricano de Cine de Ouagadougou (FESPACO), la gran cita continental, hasta después de la restauración democrática habla a las claras del largo aislamiento internacional del cine sudafricano. (Elena, 2010).

⁶¹ El *apartheid* fue el sistema de segregación racial en Sudáfrica y Namibia, entonces parte de Sudáfrica, en vigor hasta 1992. El sistema consistía en la creación de lugares separados, tanto habitacionales como de estudio o de recreo, para los diferentes grupos raciales, en el poder exclusivo de la raza blanca para ejercer el voto y en la prohibición de matrimonios o incluso relaciones sexuales entre blancos y negros. Su propósito era conservar el poder para la minoría blanca, 21 % de la población, que en otras condiciones habría perdido su posición de privilegio. Fuente: (Apartheid. (sin fecha). En Wikipedia. Recuperado el 12 de agosto de 2018 en: <https://es.wikipedia.org/wiki/Apartheid>)

La historia del cine sudafricano se puede dividir en tres momentos clave tal y como expone Elena (2010) a propósito de la obra de Maingard (2007), *South African National Cinema: el nacimiento y desarrollo del cine al servicio de la élite afrikaner*, la formación del cine *apartheid* revisando continuamente el conflicto socio-político, y el renacimiento cinematográfico en el nuevo contexto democrático.

En 1995, el cine en Sudáfrica tenía exactamente cien años de antigüedad. Los primeros dispositivos de proyección frecuentaban los alrededores de las minas de oro de Johannesburgo desde 1895 y en adelante. Las primeras cintas cinematográficas fueron filmadas en los frentes durante la Guerra Anglo-Boer (1899 – 1902) por la british Warwickshire Company. (Tomaselli, 2006, p. 112)

La censura experimentada por el público africano durante la época colonial fue más acusada en Sudáfrica donde el cine promovía el *apartheid*, distorsionando la historia y la imagen del grupo dominante y del grupo del dominado. En este período se realizan algunas cintas cinematográficas que tratan la cuestión racial desde el punto de vista de las autoridades coloniales tal y como expone Maingard (2007) y recoge Elena (2010). Estos ejemplos sirven para ilustrar las diferentes etapas y evolución que experimenta el cine en el contexto sudafricano.

*De Voortrekkers*⁶² (Harold Shaw, 1916), el nacimiento de una nación sudafricano, conforme a la caracterización habitual, *Die Bou van'n Nasie*⁶³ (They Built a Nation, Joseph Albrecht, 1938) y *'n Nasie Hou Koers*⁶⁴ (*A Nation Keeps on Course*, Hans Rompel, 1940), donde los negros son todavía el enemigo a batir o, en su defecto, agotadas ya las crónicas épicas, los dóciles sirvientes. Solo a partir de 1949 algunas (pocas) películas comenzaron a explorar tímidamente el tema de la identidad negra, si bien —por razones de censura— ninguna puede compararse con la mítica *Come Back, Africa*⁶⁵ (1959), rodada clandestinamente en el célebre distrito de Sophiatown por el documentalista norteamericano Lionel Rogosin. (Elena, 2010)

En 1981, se estrena una de las más famosas películas sudafricanas, *The Gods must be Crazy* (Uys, 1980) en la cual un bosquimano que vive en el desierto de Kalahari encuentra una botella de Coca-Cola. Esta película, distribuida internacionalmente, trataba los mitos sobre el africano que promovía el sistema de segregación racial. Bajo una aparente inocencia en clave de humor, la cinta contribuyó a las movilizaciones *anti-apartheid* en el extranjero y a estimular la concesión de financiación extranjera para la creación de películas realizadas desde la visión autóctona de los directores del país.

Una de las primeras películas críticas contra este sistema es *Place of Weeping* (Singh, 1986), en donde un granjero zulu es asesinado por un terrateniente *afrikaner* tras intentar robar un pollo para alimentar a su familia.

⁶² Referencia en la bibliografía: *De Voortrekkers* (Shaw, 1916)

⁶³ Referencia en la bibliografía: *Die Bou van'n Nasie* (Albretch, 1938)

⁶⁴ Ficha de la película no encontrada. Citada en Elena, Tomaselli y Maingard como *'n Nasie Hou Koers* (*A nation keep on course* o *A nation maintains direction*) dirigida por Hans Rompel en 1940.

⁶⁵ Referencia en la bibliografía: *Come back, Africa* (Rogosin, 1959)

Un año después, **Oliver Schmitz** y **Thomas Mogotlane** consiguieron superar el control gubernamental sobre la producción cinematográfica y comenzaron el rodaje de *Mapantsula* (Hannay, 1987), que enmascarada bajo el formato de película de gánsters, es considerada la primera película militante *anti-apartheid* producida en Sudáfrica. Ambientada en el mítico barrio de Sowetto durante los años de las marchas en protesta contra el sistema segregacionista y las detenciones policiales. (Tomaselli, 2006)

Ya en la década de los noventa, **Ramadan Suleman**, será el primer sudafricano negro que rodará un largometraje, *Fools* (Bidou, 1997), en la que se representa la situación de opresión ejercida por los *afrikaners*. En estos momentos la producción sudafricana es regular y sujeta a una relación entre productoras de recursos considerables que también participan en coproducciones y trabajan en vías de desarrollo de una industria cinematográfica estable.

En el nuevo siglo, la producción cinematográfica sudafricana experimentó un notable desarrollo impulsado por la aparición, en los años noventa, de las tecnologías de vídeo digital, que abarataron los costes de la producción dando entrada a nuevos profesionales en el mercado cinematográfico. Otro hecho de suma importancia que explica este desarrollo vino dado, como argumenta Tomaselli (2006), por el intercambio de directores, actores y otros profesionales entre estados Unidos y Sudáfrica que, además, conlleva la atracción de capital extranjero para la cinematografía del país.

En 2004, **Zola Maseko** dirige *Drum* (Dlamini, 2004). La película, narra la historia de Henry Nxumalo, redactor de la revista del mismo nombre muy popular en los años cincuenta entre los intelectuales negros de Sophiatown. A nivel estético y narrativo tiene un patrón similar a la cultura audiovisual occidental y se identifica con el cine americano de la época. La película fue galardonada con el Etalón de Oro de Yennenga en el FESPACO, lo cuál marcó la entrada del cine sudafricano en el circuito africano post *apartheid*.

Ese mismo año, otra película sudafricana estuvo nominada al mismo premio, *Zulu love letter* (Bidou, 2004) dirigida por Ramadan Suleman. (Maingard, 2007)

En el año 2006, el reconocimiento internacional obtenido en los Oscars por la película *Totsi* (Fudakowski, 2005) continuaría afirmando la importancia y el despegue del cine sudafricano en el nuevo siglo. Elena (2010) y Tomaselli (2006) apuntan que esta revitalización también se traduce en el traslado de la sede de la Federación Panafricana de Cineastas (FESPACI) a Johannesburgo.

El intercambio de profesionales y las coproducciones que Tomaselli (2006) relata como importante indicador del desarrollo cinematográfico de Sudáfrica durante los últimos veinte años, lo vemos claramente ejemplificado a través de la película *Distrito 9* (Jackson, 2009), rodada en Sudáfrica dirigida por el sudafricano **Neill Blomkamp** (nacionalizado canadiense) y producida por Peter Jackson y Tristar Pictures con un presupuesto de treinta millones de dólares, alcanzó una gran notoriedad y distribución internacional.

6. 8. 6. 5. Burkina Faso

Burkina Faso es un ejemplo de desarrollo cinematográfico tardío pero que cuenta con cierta relevancia incluso en la época actual a través del Festival Panafricano de Cine de Ouagadougou (FESPACO), cuya primera edición fue en 1969. Motivado por este festival, Burkina Faso asistirá a un lento desarrollo cinematográfico que alcanzará sus cotas más altas a partir de los años ochenta.

Destacan las películas de **Gastón Kaboré**, siendo *Wend Kuuni* (Kaboré, 1982) una de las más célebres películas del continente africano, además de su ópera prima. Algunos autores coinciden en que esta obra es la más destacada de la filmografía de Kaboré, sin embargo, su labor de defensa y promoción del cine africano en diferentes marcos institucionales le ha valido un gran reconocimiento a escala internacional. (Elena, 1999)

El representante más prolífico y reconocido de Burkina Faso ha sido **Idrissa Ouedraogo**. Formado como director de cine en su país natal y en París, inicia su andadura en el cine en 1986, pero no será hasta 1989 cuando alcance reconocimiento internacional con una de las películas más galardonadas de la historia del cine africano. *Yaaba* (Ouedraogo, 1989) fue laureada con el premio Internacional de la Crítica de Cannes, el premio especial del jurado del Fespaco y el premio Sakura del Festival Internacional de Cine de Japón, además de contar con una gran distribución internacional. (Quevedo, 2010)

Yaaba narra la historia de la relación entre dos niños y una anciana acusada de ser bruja que vive en las afueras de una pequeña aldea. “*Yaaba* se opone a la representación negativa y falsa de África de las películas occidentales, y se adentra en el interior de los personajes y la comunidad, ofreciendo al espectador europeo una visión claramente distintiva del hecho de “ser africano”.” (Quevedo, 2010)

Como se puede apreciar en Diawara (1992), existen algunos autores detractores de la película alegando que las representaciones de Ouedraogo carecen de historicismo y contiene muchas licencias dramáticas con la pretensión de atraer a un público occidental. En su siguiente película, *Tilai* (Ouedraogo, 1990), revisa las tradiciones precoloniales ante la imposición de la ley en el ambiente rural. El protagonista regresa a su pueblo y encuentra a su mujer casada con su padre. Como aún se quieren, continúan en secreto su relación hasta que son descubiertos y ante esa deshonra debe ser su propio hermano el que le imponga la pena de muerte.

Tanto Oudraogo como Kaboré, ambos cineastas muy premiados en el continente africano y fuera de él, sitúan la mayoría de sus películas en ambientes rurales precoloniales y revisan la condición de las tradiciones y el comportamiento humano ante ellas.

6. 8. 6. 6. Ghana

Ghana y Nigeria, que veremos en profundidad en el próximo capítulo como objeto de estudio específico, son los países del África Subsahariana anglófona que tienen una producción cinematográfica relevante antes de los años ochenta, y en ambos casos con un interesante desarrollo procedente de la producción en video digital a partir de los años noventa.

Durante el proceso de independencia y en los años posteriores, el primer presidente de Ghana, Kwame Nkrumah, nacionalizó la distribución y la producción audiovisual entre los años 1957 y 1966 hasta que fue derrocado en un golpe de estado que le apartó del poder. En este período se creó una sofisticada infraestructura cinematográfica que serviría de base en épocas posteriores a pesar de que la producción realizada en estos años fue confiscada en el cambio de gobierno. (Diawara, 1992)

En los años ochenta la mayor parte del cine que se consumía en Ghana eran películas norteamericanas, indias y de Hong Kong. Encontrar la vía para desarrollar su propia cinematografía fue un arduo camino. En general, todos los países de África subsahariana se encontraron con los mismos problemas para desarrollar sus propias industrias cinematográficas a partir de la descolonización. En el caso de los países de influencia anglófona, las dificultades fueron más acusadas al no contar con ningún tipo de política de apoyo por parte de la metrópolis y los organismos coloniales centraban el desarrollo de las infraestructuras para la producción audiovisual en el género documental.

A finales de los años sesenta, la Ghana Film Industry pasó a estar dirigida por Sam Aryetey, formado en la escuela de cine de Accra y responsable del primer largometraje ghanés y que promovió la realización del cine de ficción bajo fórmulas de coproducción. Sin embargo, los artífices del cine comercial del país, fueron los directores Kim Ampaw y Kwaw Ansah cuyas películas inician además la distribución a otros países africanos. (Elena, 1999)

De forma similar a lo ocurrido en Nigeria, Ghana experimentó un crecimiento exponencial en la realización de películas con la llegada de las tecnologías de grabación y reproducción de vídeo en los años noventa. Hasta ese momento, debido al elevado coste que suponía la realización de una película en celuloide, así como por la capacidad y poder del medio en la difusión de ideas, la industria cinematográfica estaba en manos de los poderes coloniales primero y de las autoridades nacionales después.

Este video boom surge y se desarrolla al margen de las autoridades y en un contexto informal, lo cuál dificultaba el control en la distribución y comercialización de las películas, que fue en aumento dando lugar al centro de producción denominado Gallywood y situado en el entorno de Accra. (Haynes, 2007 y Larkin, 2008)

6. 8. 6. 7. Mauritania

Mauritania es un país cuya producción cinematográfica destaca a través de uno de sus máximos exponentes, **Med Hondo**. Como señala Quevedo (2010), se distinguen la existencia de dos escuelas o estilos opuestos que marcarán el devenir de la producción del continente africano: Por un lado, la escuela de Ousmane Sembéne, que se basa en un cine concebido para un público africano que se encuentra acomodado al estilo occidental donde los directores mantenían el estilo clásico. En la contraparte se encuentra Med Hondo, que defiende la abolición completa de cualquier cine que parta de referencias occidentales y en especial de las corrientes de Hollywood. “Para él se hace necesaria una revisión, no sólo del contenido de las películas reescribiendo la historia colonial, sino también de la forma, de modo que no refleje el pensamiento occidental.” (Quevedo, 2010, p. 240)

En *Soleil O* (Hondo, 1967), propone la alteración radical de las técnicas cinematográficas y “denuncia el trato inhumano de los inmigrantes de color en París y construye alegorías de la vida africana a la vez que reconstruye los símbolos occidentales.” (Quevedo, 2010, p. 244).

Med Hondo, ha tenido una producción fílmica constante siendo su última obra un cortometraje del año 2013. A través de su trayectoria pone de manifiesto su estilo personal al margen de las imágenes occidentales examinando las experiencias de los inmigrantes y las luchas independentistas.

Más allá de su trabajo como director, también ha ejercido como actor y actor de doblaje siendo habitual asociar su voz en francés con actores como Morgan Freeman, Danny Glover o Eddie Murphy, transitando entre el cine comercial y el cine independiente.

6. 9. LA PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN NIGERIA: NOLLYWOOD

6. 9. 1. Nigeria: algunos datos y breve perspectiva histórica

Nigeria es el país más poblado de África y uno de los más poblados del mundo ocupando el séptimo puesto con una población estimada entre los 186 y los 193 millones de personas, según datos de la ONU y del National Bureau of Statistics de Nigeria.⁶⁶ En relación al tamaño de su territorio, ocupa el puesto treinta y dos con una superficie de 923.768⁶⁷ kilómetros cuadrados. Está situado en el golfo de Guinea y se divide en treinta y seis estados federales. Su capital es Abuya y Lagos es la ciudad más importante y concurrida. Se habla el inglés como lengua oficial y varias lenguas cooficiales, como yoruba, hausa, igbo, fula, además de un número aproximado de 250 lenguas regionales. Dichas lenguas están directamente relacionadas con los principales grupos étnicos del país: yorubas, igbos y hausas.

La economía nigeriana estaba basada en la agricultura, sobre todo la del cacao, al que se destina casi el cincuenta por ciento del suelo cultivable, y el comercio, hasta que a partir de los años sesenta se descubrió petróleo y la economía del país pasó a ser industrial y centrada en este sector.

Se puede conformar una idea general de la situación actual económica de Nigeria a través de los análisis recogidos en la prensa internacional como, por ejemplo, en el artículo de 2014 que se cita a continuación:

⁶⁶ Fuente: Anexo: Países por población (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 14 de septiembre de 2018 en https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Países_y_territorios_dependientes_por_población. Los datos recogidos en esta página estiman la población de Nigeria en 186 millones de personas y las cifras contenidas en el informe Demographic Statistics Bulletin (2018), hablan de 193 millones de personas.

⁶⁷ Fuente: Anexo: países por superficie (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 14 de septiembre de 2018 en https://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Países_por_superficie

Nigeria se ha convertido en la economía más grande y potente de África. Esto es al menos lo que revela su producto interior bruto (PIB) de 2013, que se acaba de recalcular y ahora se eleva a 371.486 millones de euros, superando así a Sudáfrica, su gran rival continental. Lo más curioso de todo es que, si bien la economía del gigante nigeriano se sustenta sobre todo en el petróleo, del que es el gran productor africano, este éxito repentino se apoya más bien en otros sectores, como el comercio electrónico, los servicios, las telecomunicaciones y sus vibrantes industrias, musical y cinematográfica, que disfrutaban de un éxito arrollador en todo el continente. (Naranjo, 2014)

Desde una perspectiva histórica, Nigeria se constituyó como país en 1960 cuando alcanzó su independencia de las autoridades coloniales británicas⁶⁸, que se habían asentado en el territorio nigeriano a finales del siglo XIX. Para exponer brevemente el devenir histórico y socio político del país, se han tomado como referencia los trabajos de Duverne (2013) y Quevedo (2010).

Apenas organizada la colonia británica en el territorio nigeriano estalló la Primera Guerra Mundial, durante la cual, las tropas nigerianas intervinieron activamente en la conquista de Camerún y posteriormente en la campaña del Africa Oriental Alemana.

Mientras duró el conflicto, el gobierno colonial destinó gran parte del presupuesto nigeriano al esfuerzo bélico imperial. En 1920, la Liga de Naciones asignó la zona noroeste del antiguo Camerún alemán al Reino Unido, que la administró como parte de Nigeria y se transformó en una de las colonias que mayores beneficios reportaba al Reino Unido.

⁶⁸ Ver Anexo 2: Mapa político de África y cronología de los años de independencia de los países del continente.

La diversidad étnica ha sido siempre algo característico de la zona en la que se sitúa Nigeria y ha causado gran inestabilidad dado el ordenamiento territorial impuesto por los británicos. El Norte estaba principalmente poblado por los hausas y los fulanis, pueblos musulmanes. En el Oeste dominaban los yorubas y los binis, musulmanes y cristianos protestantes, mientras que en el Este eran mayoría los igbos, convertidos mayoritariamente al catolicismo. A estas diferencias religiosas se sumaban las diferencias en el nivel de desarrollo de las diferentes zonas. Numerosos nigerianos en su mayoría igbos tuvieron acceso a la educación en universidades europeas y americanas y, paulatinamente, surgió una élite educada y bien formada. De esta forma, los igbos fueron ocupando importantes puestos en la administración pública, en las empresas y en las fuerzas de seguridad. Se extendieron por todo el país y proporcionaron a Nigeria su primer gran líder político en los años treinta, Nnamdi Azikiwe.

En 1941, el yoruba Obafemi Awolowo, que había estudiado en Londres, arrebató a Azikiwe el control del movimiento juvenil y lo reorganizó como un partido político predominantemente de esta etnia y pasó a llamarse el Grupo de Acción. Sin embargo, fue Azikiwe el que en 1944 inició los movimientos nacionalistas a través del National Council of Nigeria and the Cameroons, que reclamó la independencia de Nigeria dentro del marco de la Commonwealth.

Tras la Segunda Guerra Mundial el nacionalismo se extendió entre los africanos y Gran Bretaña comenzó a adoptar medidas para que los habitantes autóctonos de cada territorio comenzasen a participar en la administración. En mayo de 1957 se reunió en Londres la Conferencia Constitucional de Nigeria con el fin de preparar una nueva serie de reformas que condujesen a la independencia del país. Finalmente, el 1 de octubre de 1960, Nigeria se convirtió en un Estado independiente. La constitución en vigor preveía una estructura federal con una autoridad central y tres regiones parcialmente autónomas, Norte, Oeste y Este.

En 1962 estalló una crisis política en la región Oeste a raíz de la diferencia de criterios entre los dos principales dirigentes del Grupo de Acción: el jefe Awolowo, líder de la oposición en el parlamento federal, y Samuel Akintola, primer ministro regional. Awolowo favorecía la adopción del socialismo democrático como política partidaria siguiendo la línea ideológica del régimen de Kwame Nkrumah en Ghana. Akintola creía que los yorubas estaban perdiendo posiciones de poder al no unirse al gobierno de coalición, el NCNC (National Council of Nigeria and the Cameroons), como sí habían hecho los igbos.

En 1964 Nigeria ingresaba en el MPNA, el Movimiento de Países No Alineados, iniciativa resultante de la Conferencia de Bandung en 1955. Esta fue la primera de las cumbres que desde ese año mantuvieron diversos países de América Latina, Asia y África, con el objetivo de preservar su neutralidad antes el conflicto de la Guerra Fría. (Quevedo, 2010)

El 15 de enero de 1966, al término de la conferencia extraordinaria de la Commonwealth que se había reunido en Lagos para tratar la cuestión de Rhodesia, un grupo de jóvenes oficiales del Ejército (en su mayoría igbos liderados por el mayor Chukwuma Nzeogwu) asesinaron al primer ministro federal Abubakar Tafawa Balewa, así como al *premier* de la región Norte, sir Ahmadu Bello, junto con otros altos funcionarios federales y regionales. También resultó herido de gravedad el líder del Oeste, Samuel Akintola. Esta revuelta, cuyos organizadores bautizaron con el nombre en código de “Operación Damisa” (Leopardo), fue el golpe de Estado que desembocaría en la Guerra Civil de Nigeria o Guerra de Biafra que tuvo lugar entre 1967 y 1970.

Entre 1975 y 1999 se sucedieron diversos golpes militares en un turnismo entre democracias y regímenes militares. En 1988 se inició un proceso destinado al restablecimiento de un gobierno civil que autorizaba la formación de partidos políticos con vistas a la celebración de las elecciones en 1990, pero fueron nuevamente prohibidos en ese mismo año. El líder de ese momento, Babandiga, reafirmó posteriormente su promesa de devolver el poder a los civiles pero la

apertura democrática se realizó bajo un rígido control. Una vez disueltas todas las organizaciones políticas existentes, se anunció la creación de dos partidos que serían los únicos que podrían acudir a los comicios presidenciales, el Social Demócrata (Social Democratic Party - SDP) y la Convención Republicana Nacional (National Republican Convention - NRC), ambos financiados y directamente supervisados por el gobierno.

En enero de 1990, en lo que se llamó el “golpe suave”, el presidente Babandiga destituyó al jefe del Estado Mayor de las Fuerzas Armadas, general Domkat Bali, considerado el tercer hombre más poderoso del país. El poder de Babandiga aumentó y también la desconfianza de parte de la población, que lo acusaba de querer “islamizar” el país.

Aparentemente fue esta la razón que motivó a un grupo de oficiales, encabezados por el mayor Nguasa Orkar, a intentar derrocarlo en abril de 1990 por medio de un golpe de Estado, el séptimo desde la independencia del país. Sin embargo, el golpe fracasó y muchos implicados fueron detenidos, sometidos a juicio y ejecutados.

En enero de 1993, el gobierno del país fue asumido por el Consejo de Transición y el Consejo de Defensa y Seguridad Nacional. En junio de ese mismo año se celebraron elecciones presidenciales de las que salió vencedor el líder de la oposición y jefe del Partido Social Demócrata, Moshood Abiola, pero el régimen militar anuló su resultado, le encarceló y entregó la presidencia al general Sani Abacha.

En marzo de 1995 se produjo un nuevo intento golpista y en noviembre del mismo año la dictadura militar encabezada por Abacha ordenó ejecutar a nueve líderes de la etnia ogoni. Tras el cumplimiento de la ejecución, Nigeria quedó aislada internacionalmente: la Unión Europea retiró a sus embajadores del país y fue expulsado temporalmente de la Commonwealth, donde fue reamitido nuevamente en 1999. Nuevas elecciones en ese mismo año dieron la victoria al

Partido Democrático Popular (People's Democratic Party - PDP) del ex presidente Olusegun Obasanjo, entre acusaciones de fraude electoral por parte de la oposición. Las acusaciones volvieron a repetirse tras el nuevo triunfo de Obasanjo en las elecciones de 2003 y desde esa fecha Nigeria vivió ocho años de su mandato, quien hizo frente a un sinfín de impugnaciones y disturbios, alterando la estabilidad democrática del país. (Duverne, 2013)

En los últimos doce años, la inestabilidad debido a los enfrentamientos religiosos ha marcado la trayectoria política de Nigeria. En las elecciones presidenciales del 21 de abril de 2007, el candidato apoyado por Obasanjo, Umaru Yar'Adua, musulmán de las comunidades del norte y ex gobernador del estado de Katsina, ganó con el setenta por ciento de los votos. Los comicios fueron fuertemente criticados por los observadores y por los dos principales candidatos de la oposición.

El presidente Yar'Adua murió en mayo de 2010, fue sucedido por su vicepresidente Goodluck Jonathan cuyo mandato se prolongó hasta las elecciones de 2015, dónde accedió al poder Muhammadu Buhari, que ya había ocupado el cargo durante el régimen militar entre 1983 y 1985.⁶⁹ Desde ese año, Buhari ha sido el presidente del país y se presentará a la reelección durante el año 2019.⁷⁰

⁶⁹ Fuente: Nigeria (s.f.) en Wikipedia. Recuperado el 23 de abril de 2017 en: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Nigeria>.

⁷⁰ Fuente: El presidente de Nigeria aspirará a la reelección en 2019. (9 de abril de 2018). El Diario.es. Recueprado en: http://www.eldiario.es/internacional/presidente-Nigeria-aspirara-reeleccion_0_759074634.html

1800 -1960	PERÍODO COLONIAL: COLONIA BRITÁNICA
1960 - 1979	PRIMERA REPÚBLICA
1967 - 1970	GUERRA CIVIL DE NIGERIA O GUERRA DE BIAFRA
1979 - 1983	SEGUNDA REPÚBLICA
1983 - 1985	CONSEJO MILITAR SUPREMO DE NIGERIA
1985 - 1990	CONSEJO DE GOBIERNO DE LAS FUERZAS ARMADAS DE NIGERIA
1990 - 1993	ESTABLECIMIENTO SDP (PARTIDO SOCIAL DEMÓCRATA) CNR (CONVENCIÓN NACIONAL REPUBLICANA)
1993 - 2018 ...	CUARTA REPÚBLICA

Ilustración 6 Cronografía de los regímenes políticos en Nigeria.

Aproximadamente la mitad de la población es musulmana, y la otra mitad es cristiana, repartida entre católicos, ortodoxos y protestantes. Un porcentaje minoritario pertenece a otros credos, como el animismo, o no está vinculado a ninguna religión. Desde el año 2002, la situación de conflicto se ha visto encrudecida por las actuaciones de grupos radicales, creando un clima de inestabilidad en el país. Nigeria es una de las mayores economías de África, considerado uno de los países emergentes más importantes del mundo y que, en el contexto africano, comparte este protagonismo con Sudáfrica.

6. 9. 2. El cine en Nigeria antes de Nollywood.

A lo largo de toda su historia, el cine siempre ha tenido una relevancia especial en Nigeria. Desde los tiempos de la colonización británica, el medio cinematográfico, ha sido utilizado de diversas maneras por las autoridades y gobiernos en cada momento de su historia.

6. 9. 2. 1. 1903 – 1960: El período colonial.

El cine ha sido siempre el espectáculo favorito de los nigerianos, especialmente en la ciudad de Lagos, donde se abrieron las primeras salas de cine.

Lagosians, in particular, already had a vibrant cinema culture since the colonial era. Cinemas, seeing film sor motion Picture, was a popular form of entertainment and relaxation in Nigeria befote independence in 1960. Cinema is a means of information, education and cultural developmentof the masses. (Enahora, 1989)⁷¹

La primera proyección del país tuvo lugar en el Glover Memorial Hall en agosto de 1903. En ese año, una compañía española, Balboa and Company, fue invitada por las autoridades nigerianas a realizar una serie de proyecciones de cine mudo a lo largo de la costa Este africana. (Olobumehin y Olabanjo, 2015)

⁷¹ Enahora (1989) citado por Olubomehin y Onabanjo (2015, p.1): *Los lagosenses en particular, han tenido una vibrante cultura cinematográfica desde la era colonial. Las salas de cine, ver películas o imágenes en movimiento, eran una popular forma de ocio y entretenimiento en Nigeria antes de la independencia de 1960. El cine significaba información, educación y desarrollo cultural para las masas.*

Durante las dos primeras décadas de del siglo XX, la iglesia y el gobierno apoyaron el desarrollo de salas cinematográficas en Lagos, sin embargo, el gobierno no estaba interesado en exponer los beneficios del desarrollo de la industria cinematográfica a las colonias. Las motivaciones para producir y proyectar películas, provenía del uso de dichas películas y documentales como medio de propaganda y educación de la población, como se puede ver en Okezie (1995, p.18)⁷²:

The colonial goverment was not interested in exposing the economic potentials of cinemas to the colonies. Rather, her reason for bringing the cinema was basically political and to some extent social. The goverment was interesting in producing and using documentary films to brain wash the colonied people and to propagate British ideals while at the same time enlightening the public on health, education and other matters.

De esta forma comenzaron a operar los primeros exhibidores. Uno de los más importantes fue la African Pictures Company, perteneciente a un miembro de la comunidad siria en Lagos. Durante el período colonial la mayoría de licencias de exhibición eran concedidas a extranjeros, teniendo apenas uno o dos ejemplos de operadores procedentes de Nigeria. Las autoridades coloniales controlaban enteramente el negocio cinematográfico y en 1937, fue creado el Boad of Censorship para regular todos los asuntos relativos a la industria del cine.

⁷² Okezie, (1995), citado por citado por Olubomehin y Onabanjo (2015, p.2).

The restriction and censorship imposed on the proliferation of cinema houses in Lagos in the early 1940's were not unconnected with the design of the colonial government to control the flow of negative publicity and unwanted information during the ongoing war in Europe. (Olubomehin y Onabanjo, 2015, p.3)⁷³

Al terminar la II Guerra Mundial a partir de 1945, comenzaron a llegar películas americanas a Nigeria, lo que permitió que prosperasen las salas de cine y las licencias exhibidoras y, a pesar del control inicial, el cine se estableció en Lagos como el pasatiempo favorito de la población. A finales de los años cincuenta había en la ciudad de Lagos doce salas de cine⁷⁴, y tres en la ciudad de Ibadan, cuyo control comercial mayoritario era ejercido por residentes en Nigeria procedentes de la India y Líbano.

6. 9. 2. 2. 1960 – 1990: El cine tras la independencia.

A partir de 1960, una vez concluido el proceso de independencia, la industria cinematográfica experimentó un período de rápida expansión. Entre 1960 y 1975 el número de salas cinematográficas se duplicó y los nigerianos comenzaron a tomar parte activa en negocio del cine, apoyados por iniciativas del Gobierno Federal Militar.

⁷³ Olubomehin y Onabanjo (2015, p.3): *La restricciones y la censura impuestas a la proliferación de cines en Lagos a principios de los años cuarenta, no estaba desconectada de la estrategia del gobierno colonial de controlar el flujo de información negativa durante la guerra que se estaba llevando a cabo en Europa.*

⁷⁴ Salas de cine en Lagos en 1960: Rex Cinema, Royal cinema, Regal Cinema, Capitol Cinema, Casino Cinema, Kings Cinema, Central Cinema, Rialto Cinema, Corona Cinema, Odeon Cinema, Road House Cinema, Ikeja Arms Cinema y el Glover Hall, además de las filiales de los cine Rex y Odeon en Ibadan. Olubomehin y Onabanjo (2015, p.3)

En 1972, como parte de estas políticas de apoyo, se promulgó el Decreto de Empresas Nigerianas a través del cuál se intentaba limitar el acceso de actores extranjeros en la economía nigeriana.

The increased involment of the indigenes in cinema business at this time might not be unconnected with the efforts of the Federal Military Goverment who in the 1970s tried to limit the involvement of foreings interests in a number of enterprises in the country by promulgating the Nigerian Enterprises Decree in 1972. (Olubomehin y Onabanjo, 2015, p. 4)⁷⁵

Los antecedentes de la televisión en Nigeria tuvieron gran importancia en el desarrollo de la industria cinematográfica, ya que las infraestructuras de la Colonial Film Unit sirvieron en los primeros pasos de la cinematografía nigeriana en los años setenta. La televisión nigeriana, en emisión desde 1959, había sido una de las primeras del continente africano. (Elena, 1999).

Los primeros pasos en el cine tras la independencia, llegaron a través de productores independientes, como Segun Olusola, director de la televisión estatal, que en 1970 fundó Fedfilms Ltd. con apoyo financiero de grupos libaneses ya asentados en el negocio de la distribución. También en estos años se creó con financiación americana la productora Calpenny Nigeria Ltd., dirigida por Francis Oladele.

A pesar de estas iniciativas en la producción nacional, la realización de las primeras películas de ambas compañías corrió a cargo de directores extranjeros hasta que Ola Balogun, un director de cine formado en el Intitut Des Hautes

⁷⁵ (Olubomehin y Onabanjo, 2015, p. 4): *El aumento de la participación de los indígenas en el negocio del cine en este momento podría estar relacionada con los esfuerzos del Gobierno Federal Militar que en la década de 1970 intentó limitar la participación de intereses extranjeros en varias empresas del país mediante la promulgación del Decreto de Empresas de Nigeria. en 1972.*

Études Cinématographiques (IDHEC) de París que ya había realizado varios cortometrajes y documentales, rodó *Amadi* (Balogun, 1975) en 1975, la primera película nigeriana filmada además en idioma igbo. Su siguiente película rodada en 1976, *Ogun Ajan* (Balogun, 1976)⁷⁶, fue una comedia musical inspirada en el teatro yoruba. Además de ser un gran éxito, “define las coordenadas de un cine genuinamente popular que se beneficia de la tradicional hegemonía yoruba en el *showbusiness* local, pero que no excluye sin embargo el inicio de la producción en otras lenguas autóctonas como igbo o hausa.” (Elena, 1999, p. 167).

Algunos autores como Onuzule, distinguen dos etapas que definen el cine de estos años: la primera comprendida entre 1960 y 1972 que se corresponde con el cine tras la independencia y el período denominado *Indigenization Decree*, entre 1972 y 1992. Este segundo período estaría marcado por la incorporación de infructuosas iniciativas para promover películas de directores nigerianos y relanzar la industria fílmica nacional. Sin embargo, estas estrategias fueron dificultosas debido a la dominación extranjera en los sectores de distribución y exhibición que favorecía los contenidos extranjeros. (Onuzule, 2015)

El rápido incremento de la población experimentado en estos años, unido al gusto por el cine de los nigerianos y la introducción de películas indias y chinas de bajo coste en el país, fueron los factores que ayudaron al desarrollo de los exhibidores cinematográficos. Este proceso se vio reforzado por ciertas ayudas del gobierno destinadas a este fin con el objetivo de albergar el Segundo Festival Africano de las Artes y la Cultura en 1977 y, también con el establecimiento de la emisora nacional de televisión, Nigerian Televisión Authority (NTA).

⁷⁶ *Ogun Ajan* (Balogun, 1976), también citada por algunos autores como *Ajani Ogun* (Balogun, 1976)

The emergence of Nigerian films in the early 1970s, also contributed to the growth of the cinema business in the country. The Nigerians films competed favourably well with the Americans, Chinese and the Indian Films at the box-office. Ola Balogun's film *Ogun Ajan*⁷⁷ in 1976, and Ogunde's *Aiye*⁷⁸ in 1979 and *Jaiyesimi*⁷⁹ in 1980 respectively were indigenous films that caught the interest of Nigerian cinema lovers. (Olubomehin y Onabanjo, 2015, p. 4)⁸⁰

En 1979, los cines tenían gran afluencia de público y no existía ningún tipo de control de acceso o recomendación por edades para el tipo de público que podía acceder a una película. En este año, se creó la Nigerian Films Corporation que, entre otras funciones, llevaba a cabo la tarea de controlar y censurar las películas exhibidas. Este cometido sería más tarde transferido a la Nigeria Films and Video Censors Boards (NFVCB), hoy en día en funcionamiento, que además de licenciar las películas para su exhibición, recoge los datos de producción fílmica del país.

De esta forma, los nigerianos se han revelado a lo largo de su historia como grandes amantes y consumidores de cine, si bien, a partir de los años ochenta, gracias a la introducción del vídeo (Video Home System o VHS) y la popularización de la televisión, el consumo comenzó a redirigirse al hogar.

⁷⁷ Referencia en la bibliografía: *Ogun ajan* (Balogun, 1976)

⁷⁸ Referencia en la bibliografía: *Aiye* (Ogunde, 1979)

⁷⁹ Referencia en la bibliografía: *Jaiyesimi* (Ogunde, 1980)

⁸⁰ (Olubomehin y Onabanjo, 2015, p. 4): *La emergencia de películas nigerianas a principios de los años setenta, contribuyó al crecimiento de la industria del cine en el país. Las películas nigerianas competían favorablemente con las americanas, chinas y las indias en la taquilla. La película de Ola Balogun, Ogun Ajan en 1976, Aiye, de Ogunde en 1979 y Jaiyesimi en 1980 respectivamente, fueron películas autóctonas que captaron el interés de los amantes del cine.*

Otros factores importantes en la situación general del país y que contribuyeron a acentuar el declive de los cines, fue el aumento de la inseguridad y la recesión económica que siguió después de que el gobierno estableciese una serie de medidas de ajuste económico-financieras denominado SAP (Structural Adjustment Program) entre la Segunda y Tercera República de Nigeria.

6. 9. 3. El cine a partir de los años noventa: Nollywood.

El término utilizado para hacer referencia a la tipología específica de cine surgida en Nigeria, se acuñó en el año 2002, diez años después del estreno de *Living in bondage* (Nnebue, 1992), considerada por la mayoría de autores expertos en la materia, como la película que da inicio al género. Nollywood, designa el tipo específico de películas realizadas a partir de los años noventa con medios técnicos sencillos y alejado de los patrones de producción audiovisual profesionales estandarizados. En algunos textos es posible hallar el término referido a este tipo de cine realizado en inglés, aunque por extensión, y dadas las primeras experiencias, también se encuentra el término Nollywood de forma genérica como el conjunto en el que se engloban los filmes realizados en lenguas autóctonas, sobre todo en las mayoritarias como el *igbo*, el *hausa*, y el *yoruba*, y a su vez, dando lugar a diferentes centros de producción, siendo el más importante y el epicentro de la actividad, la ciudad de Lagos.

Nollywood es un fenómeno a nivel de producción y distribución que ha ido alcanzando notoriedad a lo largo de su trayectoria debido a las peculiaridades que lo conforman. El cine de Nollywood se caracteriza por su falta de medios que otorgan a la película un halo estético *amateur*, la rapidez con la que se llevan a cabo las filmaciones, entre 7 y 15 días, bajos presupuestos (que se han ido incrementando en los últimos años) y una distribución centrada primeramente en la venta directa a través de DVDs y en el mercado *online* recientemente.

Parece comúnmente aceptado en estudios sobre Nollywood, en autores como Oyenwale (2014), Sunday (2014), Onuzulike (2015) u Obiaya (2015), que el inicio de esta industria cinematográfica fue relativamente casual, fruto de la confluencia de unos pocos empresarios y realizadores que conformaban un entramado de producción y distribución no formal. Dicho mercado informal se fue incrementando hasta dar un salto cualitativo y continuado con el crecimiento exponencial de la producción, pasando de esta situación inicial a la conversión en un sector industrial formal con una infraestructura, estrategia de mercado y apoyo gubernamental, tal y como se expone a lo largo de este capítulo.

Desde el año 2013, Nigeria pasó a ser la primera economía del continente quedando Sudáfrica relegada al segundo puesto. La riqueza que posé en recursos naturales, especialmente petróleo, así como de mano de obra, hacen de Nigeria un lugar propicio para el crecimiento económico que, durante la segunda década del presente siglo, tenía una tasa del 7%. A pesar de ello, el 69% de la población se encuentra en el umbral de la pobreza. Estos datos, aparentemente contradictorios, que relatan la diferencia entre el incremento económico y empobrecimiento de la población, así como las altas tasas de paro, se explican debido a que el petróleo, el mayor recurso de Nigeria, es uno de sus mayores problemas. El delta del río Níger, donde se concentra la producción, es un área en conflicto continuo, que contribuye a la inestabilidad política y social del país. (Blázquez, 2015).

La dialéctica socio-económica de Nigeria se define como un ejemplo de constante puja entre la gobernabilidad de sus recursos y altos índices de corrupción que dan lugar a la incapacidad del país de capitalizar la explotación petrolera, siendo ésta un foco de confrontación constante. En esta realidad compleja el auge de las economías sumergidas prolifera de diversas maneras siendo la producción cinematográfica de Nollywood uno de los ejemplos más plausibles de la transferencia de un mercado sumergido a uno de los mayores sectores de desarrollo económico formal en el plazo de dos décadas.

6. 9. 3. 1. Contexto: Nigeria en crisis.

El final de los años ochenta está marcado en Nigeria por las políticas económicas propiciadas por el Banco Mundial, conocidas como SAP (Structural Adjust Program), introducidas en 1986 con el objeto de reformar sus divisas, políticas comerciales, reglamentos comerciales y agrícolas y, de esta forma, mantener el crecimiento económico y la reducción de la pobreza tras el colapso de los ingresos procedentes del petróleo.

Con el SAP se pretendía estabilizar y garantizar el uso eficiente de recursos y la prestación de servicios sociales básicos. Nigeria debía romper su círculo vicioso de gasto público excesivo, inflación y depreciación del tipo de cambio para alcanzar el círculo virtuoso en el que estaban otros países similares. Este camino ofrecía a Nigeria las mejores perspectivas para mantener el crecimiento económico y la reducción de la pobreza. (World Bank, 1994)

Entre 1990 y 1993, Nigeria asistió a un cambio sociopolítico definido por el golpe militar, el inicio de la dictadura militar y posterior presidencia de Abacha. En estos momentos, dado el clima de inseguridad del país, la población nigeriana experimentó un notable descenso en el ocio relacionado con actividades fuera de casa, favoreciendo la proliferación del vídeo doméstico, que permitía a los nigerianos disfrutar del cine en la seguridad de sus domicilios. (Miller, 2016)

Esta circunstancia, unida a un sustrato cultural que favorecía la expansión de los productos cinematográficos que caracterizan el cine de Nollywood, favoreció el establecimiento de este nuevo modelo de producción fílmica.

6. 9. 3. 2. Los antecedentes de Nollywood.

El inicio de ésta producción cinematográfica tiene su origen a finales de los años ochenta y principios de los noventa, coincidiendo con la llegada y proliferación de las tecnologías de grabación y reproducción de vídeo para el ámbito doméstico. La fecha oficial establecida en todas las investigaciones que abordan este tema se sitúa en 1992 con la comercialización de la cinta *Living in Bondage* (Nnebue, 1992).

La película, rodada en *igbo*, se estrenó directamente en cintas VHS distribuidas en mercados locales. *Living in Bondage* (Nnebue, 1992), trata de un hombre que sacrifica a su mujer en un ritual y es perseguido por su fantasma. La temática, guion, estética, la forma de actuación de los protagonistas, el idioma y la tecnología utilizada para grabar y distribuir esta película, dieron lugar al inicio oficial de este fenómeno cinematográfico.

La cultura predominante ligada a la vida que se desarrolla en torno a los mercados locales propició un lugar de distribución para estas cintas VHS que comenzaron a grabarse a raíz del éxito de las primeras experiencias. Con la llegada del reproductor de vídeo doméstico, los comerciantes de este tipo de productos, sentían la necesidad de ofrecer a sus clientes vídeos a precios asequibles e incluso gratuitos para acompañar la compra del equipo de reproducción.

La adopción de nuevos espacios públicos y privados para la visualización de películas contribuyó a la popularización de este medio dando acceso a este cine a nuevos tipos de públicos de menor poder adquisitivo que anteriormente no podían permitirse una asistencia regular al cine.

In other words, African visual culture has appropriated video format and is using in the same way western cinema uses celluloid or digital formats in distributing motion pictures to audiences. Is not just the video médium that is used in a new way, but the spaces of seeing video films are also new to global/western cinema paradigms. Such spaces include privat spaces, dedicated spaces, tie-in spaces and found spaces within which popular audiences see video either very cheaply or freely in Anglophone and Francophone Africa. (Ajibade, 2012, p. 203-204)⁸¹

Como ya se ha mencionado anteriormente, los nigerianos, se han caracterizado a lo largo de su historia por ser unos ávidos consumidores de cine. Tal y como se puede observar en Oyewole (2014), Ajibade (2012) o Adesokan (2012), la herencia del consumo cinematográfico de las décadas precedentes unido a la facilidad del consumo en el hogar, mucho más económico y en entornos seguros en una época con un alto índice de inseguridad en todo el país y especialmente en las grandes ciudades como Lagos, van alimentando una nueva forma de producción que derivará en situar a Nigeria entre el primer y segundo puesto en la escala mundial de países productores de películas.

A nivel de forma y contenido, la rápida asimilación de las películas pensadas para el consumo doméstico que se empezaron a producir en estos años, se debe a varias razones principales que definían el sustrato cultural idóneo para la tipología de cine de Nollywood: el receso de producción propia en la televisión nigeriana y el teatro yoruba que además de espectáculo teatral, también era distribuido mediante rudimentaras grabaciones en vídeo.

⁸¹ (Ajibade, 2012, p. 203-204): *En otras palabras, la cultura africana se ha apropiado del formato del vídeo y lo está usando en el mismo sentido en el que el cine occidental usa el celuloide o los formatos digitales para la distribución de películas a sus audiencias. No es sólo el medio del vídeo utilizado de forma novedosa, si no también los espacios para ver estos vídeos son nuevos en los paradigmas estipulados en el cine global y occidental. Estos espacios incluyen espacios privados, espacios específicos y asociados, dónde de forma económica o gratuita son visionados estos vídeos en el África anglófona y francófona.*

En primer lugar, la NTA (Nigerian Television Authority), una de las televisiones más importante y antigua del continente africano, producía y difundía telenovelas a un ritmo frenético desde los años setenta. Con la crisis, muchos de estos profesionales, actores, cámaras, productores y guionistas, encontraron en la producción de vídeos para consumo doméstico una forma de emplear los conocimientos adquiridos en televisión. En segundo lugar, la tradición teatral yoruba, iniciada en los años treinta gozaba de gran popularidad desde esa época y constituía una forma de ocio para los habitantes de las metrópolis como Lagos, cuya población crecía a un ritmo que llegó a triplicar el tamaño de la ciudad antes de los años sesenta. Hasta la llegada de los sistemas de grabación y reproducción digitales, el teatro grabado fue una fórmula de ocio habitula y muy extendida. Las compañías teatrales habían alcanzado mucha fama y realizaban giras por todo el país. La dificultad de llegar a todos los sitios y el coste que ello suponía alentó el negocio de la exhibición de teatro grabado con unas técnicas de imagen y sonido muy rudimentarias.

The popular theater was part of a great Yorùbá-language cultural e florencence in colonial and post-colonial western Nigeria. (...) Popular Yorùbá-language writing both newspapers and novels, began to find a mass audience as primary education expanded, and by the 1970s, there was an extensive literacy field which encompassed fiction, poetry, and written drama, attracting readers not only in schools but also among the public at large. New genres of neo-tradictional poetry – broadcast, performed live, and published in book and magazines – became imense popular in the 1960s and 1970s. (Barber, 2000, p.4)⁸²

⁸² (Barber, 2000, p.4): *El teatro popular era parte del gran florecimiento cultural del lenguaje yoruba durante el período colonial y poscolonial del este de Nigeria. El lenguaje yoruba, publicado tanto en periódicos como novelas, empezó a encontrar una audiencia masiva como expansión de la educación primaria. Hacia los años setenta contaba con un extenso campo literario donde la ficción, la poesía y el drama, atraían lectores, no sólo de la escuela, sino también del gran público. Nuevos géneros de poesía neo-tradicional –emitidos, representados y publicados en libros y revistas – se volvieron inmensamente populares en los años sesenta y setenta.*

Este influjo cultural favoreció el desarrollo de un movimiento teatral íntimamente relacionado con la expansión de las grandes ciudades dónde las industrias culturales servían como fuente de nuevos empleos y existían espectadores habituados a pagar por ir al cine, al teatro u otras formas de ocio. La tradición teatral yoruba de las décadas precedentes a los inicios de Nollywood marcó el camino en diversos aspectos tanto a nivel de contenidos, estética y en la utilización del lenguaje propio, como en el sentido estructural, iniciando la profesionalización del sector de las artes, introduciendo publicidad, control en la venta de entradas y una promoción de los artistas asimilada a las fórmulas de *star system*. (Miller, 2016).

This is important because it marks the emergence of a for-profit entertainment business structure in Nigerian-growing arts, a structure which directly paved the way for Nollywood's self supporting business structure fifty years later. (Miller, 2016, p.11)⁸³

Tras las independencias, como tónica general, los diferentes países africanos prestaron especial atención a sus manifestaciones artísticas y a sus tradiciones, en un revulsivo cultural que recorrió el continente. El teatro yoruba alcanzó gran importancia con compañías que iban de gira por todo el país. Estas agrupaciones se volvieron sumamente populares, contando cada vez con más profesionales y siendo menos manejables en las giras, menguando así los beneficios. La necesidad de reducir costes propició que las compañías de teatro empezaran a grabar sus actuaciones con la idea de amplificar su canal de beneficios. El alto coste del proceso de posproducción impedía que la producción de este tipo de películas fuese masiva. A pesar de todo, el teatro y el teatro grabado eran formas de entretenimiento muy populares.

⁸³ (Miller, 2016, p. 11): *Esto es importante, ya que marca la aparición de una estructura de negocio lucrativa en las artes crecientes en Nigeria. Una estructura, la cuál, marcó el camino para el modelo de negocio que sustenta Nollywood cincuenta años después.*

Ante esta perspectiva, algunos empresarios de teatro empezaron a grabar las funciones. Grababan en 35 o 16 milímetros para su posterior exhibición. Uno de estos empresarios fue Ola Balogun, que grabó las primeras películas indígena y cosechó con *Ajani Ogun* (Balogun, 1976) un gran éxito de taquilla. El año anterior había realizado el primer largometraje en igbo, *Amadi* (Balogun, 1975), siendo ambos muestras de este género audiovisual asimilado al teatro grabado.

Estas grabaciones eran una popular forma de ocio, pero igual que ocurría con las giras de los grandes grupos de teatro, era difícil rentabilizar estas cintas, ya que el positivado y posproducción del celuloide se realizaba en el extranjero. A pesar de todo, el teatro yoruba representado y grabado continuó su actividad hasta finales de los ochenta, coincidiendo con el colapso económico de la crisis del petróleo. (Barber, 2000 y Miller, 2016).

A number of other elements that marked these years also set the stage for the advent of Nigerian home video production. The Babanginda era was marked by increasing insecurity and violence in Nigeria's southern cities, including Lagos. (...) While this led to the death of most existent cinema houses in southern Nigeria, it opened space and demand for entertainment suited for home consumption. (Miller, 2016, p.13)⁸⁴

Esta fórmula de grabación de obras de teatro y hechos posteriores, como el cine producido en los años setenta, han ido derivando en una serie de casualidades que hacen posible la aparición del cine de Nollywood, una vez se consiguen optimizar los medios técnicos de producción. Así, la panorámica completa desde la que se puede describir este fenómeno, se explica a partir de esta evolución:

⁸⁴ (Miller, 2016, p.13): *Una serie de otros acontecimientos que marcaron estos años, ayudaron a establecer el escenario para la llegada de la producción nigeriana para video doméstico. La era de Babanginda estuvo marcada por el aumento de la inseguridad y la violencia en las ciudades del sur del país, incluyendo Lagos. Mientras esto condujo a la desaparición de las salas de cine existentes en Nigeria, a su vez, abrió el y la demanda de ocio para consumo doméstico.*

It is easier to understand how performance and theatre as industries have carved their own path in Nigeria if one traces its origins back to the Yoruba travelling theatre troupes such as “Agbegijo and the Anarejo”, who brought theatre to the people, along with Duro Ladipo, Ishola Ogunmola, Lere Paimo, Oyin Adejobi and many other theatrical troupes from the beginning of the 1950’s. Following this was a period which included the films of Hubert Ogunde, Moses Olaiya and Jab Adu at the start of the 1970’s – a tradition culminating in the videos made by idumota and Iweka. (Oladunjoye, 2008, p. 62).⁸⁵

Las películas grabadas en los años setenta se caracterizaban por una producción rudimentaria con apenas realización y una notable falta de medios técnicos. Sin embargo, el público nigeriano acostumbrado al teatro yoruba formó una gran audiencia para este cine.

6. 9. 3. 3. El vídeo doméstico y la revolución digital: 1990 – 2000.

Con la crisis ocurrida a finales de los años ochenta y la situación política del país los nigerianos empezaron a buscar fórmulas de ocio domésticas. Coincidiendo esta época con la llegada del vídeo doméstico y las videocámaras digitales, la posibilidad de continuar con los films y grabaciones de actuaciones de teatro con una importante reducción de costes, propició la aparición de una oportunidad de mercado para la producción de películas.

⁸⁵ (Oladunjoye, 2008, p. 62): *Es más fácil entender cómo el teatro y la actuación como industria cultural han labrado su propio camino en Nigeria, si trazamos su origen en los grupos de teatro ambulantes yoruba como Agbegijo and the Anarejo, que llevaron el teatro a la población, igual que sucedió con Duro Ladipo, Ishola Ogunmola, Lere Paimo, Oyin Adejobi y muchos otros grupos de teatro a principios de los años cincuenta. A esto, le siguió un período que incluía las películas de Hubert Ogunde, Moses Olaiya y Jab Adu en los años setenta, culminando la tradición, en los videos realizados por idumota y Iweka.*

La mayor parte de las salas de cine estaban cerradas y el país sumergido en una rígida política de ajustes financieros. Dada esta situación, el número de telenovelas nigerianas que emitía la NTA (Nigerian Television Authority) fue en descenso, siendo la programación sustituida por contenidos de origen latinoamericano que resultaban más rentables para la emisión que la producción autóctona. Desde los años setenta y gracias al *boom* del petróleo la importación de televisiones procedentes del mercado asiático fue considerable, así como los VHS⁸⁶ y tecnologías VCRS⁸⁷ que hacia mediados de la década siguiente ya no eran tecnologías sólo al alcance de las clases de mayor poder adquisitivo. En esta época se notaba una importante penetración de estos reproductores en los mercados de las ciudades más pobladas del país. De esta forma, el productor de televisión Segun Olusola identificó un índice importante de venta de vídeos pirateados y descartados de otros mercados como el europeo o el asiático. (Miller, 2016).

“From an economic perspective, the Nigerian “video boom” is the result of two factors: the informality of the Nigerian economy and the adoption of digital technology.”⁸⁸ (Jedlowski, 2013, p. 25). Como apunta Jedlowski, la adopción de las tecnologías digitales y las estructuras económicas informales, propician la aparición del mercado del vídeo que de forma exponencial se convertirá en una industria.

Pero no solo se puede explicar la aparición de este mercado cinematográfico desde la perspectiva económica. Para entender en toda su magnitud del *vídeo boom* nigeriano es importante destacar la afición por el cine de la audiencia nigeriana, así como la base estructural, conceptual y profesional heredada de las experiencias televisivas coloniales.

⁸⁶ VHS: *Video Home System*

⁸⁷ VCRs: *Videocassette Recorder System*

⁸⁸ (Jedlowski, 2013, p. 25): *Desde una perspectiva económica, el “video boom” de Nigeria es el resultado de dos factores: la economía informal y la adopción de la tecnología digital.*

A partir del primer éxito que inaugura el género, *Living in bondage* (Nnebue, 1992), grabado en vídeo y pensado para la distribución en los mercados nigerianos, se dan las condiciones para experimentar esta nueva fórmula. Esta película grabada en igbo tuvo una venta, según datos de la Nigerian Film Censor Board, de 400.000 copias siendo uno de los mayores éxitos de todos los tiempos. A partir de esta primera experiencia, la producción de películas en vídeo para consumo doméstico, se incrementó poco a poco, hasta llegar a un número relevante en unos pocos años.

Resulta complicado traducir a números concretos lo que supone el fenómeno de Nollywood ya que, dado el origen incierto y la estructura informal de los primeros años, no existen datos fiables. Incluso a partir de la existencia de instituciones gubernamentales o agrupaciones de profesionales de cine, no hay documentos oficiales en los que se recoja toda la producción clasificada. En un mercado productivo profundamente atomizado, y desarrollando su actividad entre estructuras comerciales formales e informales, hay una constante pérdida de información en cuanto a lanzamientos, ventas, ventanas de exhibición y consumo.

Según los registros de la National Film and Video Censors Board⁸⁹, que inicia su actividad en 1993, la progresión de películas lanzadas al mercado en vídeo, distribuidas en mercados en las grandes ciudades paso de una casualidad

⁸⁹ La National Film and Video censor Board es un organismo regulatorio que inició su actividad en 1993 por medio del Act No. 85. La junta está amparada por la ley con el objetivo de clasificar todas las películas y vídeos importados o producidos localmente. Dentro de las competencias de la NFVCB podemos destacar las siguientes: 1. Habilitar a una persona para la exhibición de películas y trabajos audiovisuales. 2. Habilitar un local con el propósito de exhibir películas y vídeos. 3. Censurar y clasificar vídeos y películas. 4. Regular y prescribir protocolos de seguridad en locales habilitados para la exhibición. 5. Regular y controlar las exhibiciones cinematográficas. 6. Con el objeto de llevar a cabo cualquier función necesaria o conveniente para el pleno cumplimiento de las funciones otorgadas por el decreto de fundación. El establecimiento de la junta le faculta para evaluar, clasificar y registrar películas y vídeos y su distribución en todo el país. La NFVCB trata de proporcionar un entorno propicio para el crecimiento de la industria cinematográfica, administrar el sistema de clasificación según los estándares de tiempo, coste y calidad, brindar asesoramiento en esta materia al gobierno, así como mejorar la confianza y promover el uso del sistema de clasificación. Fuente: www.nfvcb.gov.ng Recuperado y actualizado el 15 de septiembre de 2018.

de alrededor de ciento setenta y siete títulos anuales en 1995 hasta sobrepasar los mil setecientos en el año 2005. (Obiaya, 2015). Los datos y estadísticas recogidas por este organismo proporcionan una idea aproximada de la magnitud y evolución de la industria cinematográfica de Nollywood.

The one limitation to the data is that they only relate to films that are legally distributed. The black market for films goes on to one side, and nobody can quite assess the scale of it, so the figures are approximate. (Barrot, 2008, p. 32)⁹⁰

Durante esta primera década, se producían películas de forma casi semanal. La media de tiempo de rodaje oscilaba entre los diez y los quince días, y los presupuestos estaban en torno a los diez mil dólares. Las películas se copiaban y se distribuían por los mercados locales, principalmente en la ciudad de Lagos (apareciendo posteriormente otros importantes centros de producción y distribución). Cada copia tenía un precio aproximado de unos dos o tres dólares. Esta fórmula dio lugar a un comercio regular que convirtió estas primeras películas en una tendencia asentada en la rutina de estos mercados. (Haynes, 2007)

Tras el éxito de su primera película, Nnebue, realizó la película *Glamour girls* en 1994, esta vez en inglés, con el objetivo de que fuese un producto más atractivo para el mayor número de inversores. En 1995, siguiendo la estela de Nnebue, Amaka Igwe escribe y dirige *Rattlesnake* (Igwe, 1995) provocando una reacción en cadena que acelera la producción de películas. Durante este período, la mayor parte de los comerciantes de equipos VHS estaban asentados en el mercado de Idumota en Lagos centro neurálgico de venta de vídeos. (Oladunjoye, 2008)

⁹⁰ (Barrot, 2008, p. 32): *La única limitación de los datos es que sólo se refieren a películas que están distribuidas legalmente. El mercado negro de películas se expande y nadie puede evaluar su escala, por lo que las cifras son aproximadas.*

A pesar de que en sus inicios parte del atractivo de Nollywood consistía en que por primera vez los contenidos audiovisuales eran realizados en igbo o yoruba, las películas en inglés cobraron importancia en el plano cuantitativo y, de esta forma, se puede observar cómo para algunos autores el término Nollywood hace referencia únicamente a los contenidos en inglés, y para otros, es un término extendido a todas las películas producidas según estos parámetros y en este momento que no respondían estrictamente al concepto cine-arte. La distribución y exhibición tenían como núcleo principal los mercados en la fase previa a la llegada de Internet y de la popularización del cine *online*.

“Particularly in these initial years, video production in Nigeria was essentially open to any comers.”⁹¹ (Miller, 2016, p.17) Esta afirmación de Miller (2016), también expuesta por Barrot (2008), permite inferir cómo era la organización comercial que se fue estableciendo durante la conformación del sector audiovisual a partir de estas primeras experiencias. Se trabajaba con productos de bajo coste, medios escasos y un gran volumen de oferta proporcionada por un gran número de productores locales. En este sentido, la recuperación de la inversión se realizaba con unas ventas modestas y si no se llegaba a cubrir esta inversión inicial, el riesgo era algo asumible por los productores. En esencia, esta filosofía sirvió para asentar un mercado de vídeo basado en una seguridad relativa y una falta de infraestructuras gubernamentales o comerciales, que hace que la mayoría de autores denominen de forma consensuada, mercado informal o economía informal del sector del vídeo. (Ajibade y Williams, 2012)

⁹¹ (Miller, 2009, p.17): *Particularmente en los años iniciales, la producción de vídeo en Nigeria estaba esencialmente abierta para cualquier visitante.*

El modelo de producción y estructura mercantil inicial de Nollywood que se mantendrá en esencia hasta la transformación digital, estaba basado en la venta directa al consumidor. “Nollywood is based on an economic model that is unique in the world and relies on “direct-to-video” distribution, whereby the films produced are not shown in movie theaters but instead released immediately in video CD (VCD) format.”⁹² (Barrot, 2011, p. 107)

Barrot (2011) observa una cuestión fundamental que distingue este modelo de cualquier otro centro de producción cinematográfico en el continente africano. Los productos audiovisuales de Nollywood tienen un retorno de inversión procedente directamente de la venta en los mercados y la actividad se desarrolla al margen de fondos extranjeros. Esto no ocurre con el resto de cinematografías africanas, en su mayoría apoyadas por financiación europea, o como en el caso sudafricano que ha realizado muchas colaboraciones con diferentes países para coproducir películas distribuidas en los circuitos comerciales habituales. La autonomía del mercado cinematográfico nigeriano para rentabilizar su actividad le confiere singularidad dentro y fuera de los mercados africanos.

6. 9. 3. 4. Nollywood, industria cultural: 2001 – 2010.

Según los datos facilitados por la National Film and Video Censor Board, el crecimiento del número de películas lanzadas al mercado se mantuvo al alza desde que existen estos registros. A partir del año 2000 se observa un notable incremento de la producción que llega a alcanzar la cota máxima de 1.905 películas en el año 2005 con un leve descenso en los años posteriores, pero estable por encima de los mil títulos anuales.

⁹² (Barrot, 2011, p. 107): *Nollywood se basa en un modelo económico único en el mundo, estrenando directamente para la distribución en vídeo, dónde las películas producidas no se exhiben en cines, sino que son lanzadas en formato VCD.*

Como se ha mencionado anteriormente, y así se recoge en muchos de los textos dedicados al estudio del fenómeno de Nollywood, las cifras de películas anuales lanzadas al mercado varían notablemente de unos autores a otros dependiendo de la procedencia de los datos. De esta forma, existen discrepancias motivadas por el carácter eminentemente informal de la estructura de este mercado que durante los años noventa se encontraba en plena formación. Los datos que se han utilizado a lo largo de la presente investigación provienen de la consulta directa con la National Film and Video Censor Board y recoge el número de películas presentadas y aprobadas para su comercialización en los mercados o a través de canales de televisión y plataformas digitales. En este sentido, sólo se han utilizado los números relativos a las películas que la NFVCB considera como aptas para consumo, no considerando las que fueron rechazadas.

En este punto resulta necesario indicar que, durante los primeros años de actividad de Nollywood, no todas las películas que no superaban este filtro se excluían de la venta, o no todos los directores consideraban necesaria la clasificación de la NFVCB para comercializar sus films. Por este motivo, la traducción de Nollywood a cifras fidedignas oscila notablemente de unas publicaciones a otras y los datos facilitados por la NFVCB son sustancialmente diferentes del Instituto de Estadística de la Unesco.

Sin embargo, se han tomado en consideración para explicar la dimensión de la industria y su evolución los datos de la NFVCB ya que se entiende que su conocimiento de la realidad de Nollywood es más amplio. Además, los datos de otros organismos como el citado ejemplo del Instituto de Estadística de la Unesco, utilizado como fuente recurrente en este trabajo, establece unos parámetros de medición en relación a los largometrajes que entrarían en conflicto con algunos segmentos de la producción de Nigeria y no serían representativos de este contexto.

Autores como Miller (2016) y Haynes (2013) distinguen varios períodos en la producción cinematográfica de Nollywood. Una primera etapa abarcaría desde los inicios en 1992 hasta el año 2000, considerada el inicio y asentamiento del *del vídeo boom* nigeriano. A partir de este año, se produce el tránsito a industria cultural, delimitando este período hasta el año 2010.

A partir de este momento, se observa un nuevo cambio en el mercado propiciado por la introducción del cine de Nollywood en la distribución digital a través de Internet que se extiende hasta nuestros días. Esta distribución temporal se entiende a partir de los cambios estructurales del negocio.

Entre el año 2001 y el año 2010, Nollywood asiste a un proceso transformador en el que encuentra nuevas ventanas para la comercialización de sus películas. En esta fase, la industria cinematográfica de Nollywood comienza a nutrir de contenido los canales de televisión por satélite. Éste es uno de los principales motivos que contribuyen a la continuidad de la frenética producción *nollywoodiense* y favorece la transformación de este sector, inicialmente informal, en una industria cultural.

En el año 1995 se inició el servicio DStv de Multi Choice, empresa sudafricana pionera en los servicios de televisión de pago en el continente africano, operado principalmente, por dos satélites. En 1996, amplió sus oficinas a Namibia, Botswana, Ghana, Nigeria, Tanzania, Uganda, Kenya y Zambia. (Multi Choice, 2017)

Ampliando continuamente su programación, en el año 2003, Multi Choice, inauguró en su plataforma DStv el canal Africa Magic dedicado íntegramente a la emisión de películas. Africa Magic inició su actividad con unas pocas horas de emisión y fue incrementando el tiempo en antena progresivamente hasta transformarse, en menos de una década, en cinco canales con programación 24 horas (Africa Magic World, Africa Magic, Africa Magic Movies, Africa Magic Hausa, y Africa Magic Yoruba). (Jedlowski, 2013 y Udomisor y Sonuga, 2012)

Las películas de Nollywood encontraron en la televisión una nueva fórmula de comercialización y se fueron asociando a este medio nuevas formas de promoción a través de contenidos centrados en los próximos estrenos y las estrellas más relevantes del panorama cinematográfico de Nigeria.

En mitad de la década de los años 2000, se produce otro hecho significativo en el negocio del cine: concluye el proceso de transformación digital de la industria en el que se abandona definitivamente la comercialización de cintas VHS, siendo el DVD el nuevo medio. En estos años, hacia 2003, también se produce un desplazamiento del principal centro de producción y distribución cuando varios productores, auspiciados por la Cooperativa de cineastas de Nigeria (Filmmakers Cooperative of Nigeria), se trasladan desde el mercado de Idumota a un moderno enclave en Surulere. (Oladunjoye, 2008).

En este mismo año, se estrena una de las películas más exitosas de la historia de Nollywood, *Osuofia in London* (Ogoro, 2003), con una estimación de aproximadamente 800.000 copias vendidas. El *film* tuvo una secuela en 2004, *Osuofia in London 2* (Ogoro, 2004). Dada la población de Nigeria, entre 186 y 193 millones de personas⁹³, las cifras de audiencia de Nollywood no parecen muy optimistas; pero si tenemos en cuenta la inversión y coste de producción, los hábitos de consumo y la múltiple oferta renovada casi a diario en los mercados, dichas cifras representan los índices de mayor o menor éxito dentro de una industria con una actividad constante y regular, donde las posibles pérdidas no suponen un gran riesgo, y sin embargo, se pueden obtener grandes beneficios. (Barrot, 2011).

En esta segunda década desde el inicio del fenómeno Nollywood, la experiencia cinematográfica se revaloriza, y las empresas relacionadas con la producción, distribución y exhibición de cine que podríamos denominar clásicas (en el sentido de que producían y comercializaban contenidos audiovisuales

⁹³ Fuente: Banco Mundial, datos correspondientes con el año 2016 y actualizados por última vez el 28 de abril de 2018, y Demographic Statistics Bulletin (2017).

antes del *video boom* y lo hacían conforme a los estándares de calidad y presupuestos habituales), se sirven de esta tendencia para abrir nuevas salas de cine y centros comerciales. Entre 2004 y 2006, el grupo de comunicación Silverbird abrió nuevas salas de cine y se inició en la actividad de distribución. Fundada en 2006, también comenzó a operar Blue Pictures Film Distribution, una de las empresas más importantes en la actividad distribuidora.⁹⁴ En ambos casos, la mayor cuota de mercado estaba y continúa estando en el cine procedente de Estados Unidos, atestiguando el efecto revitalizador de la tendencia de Nollywood para toda la industria cinematográfica del país.

Sin embargo, como apunta Jedlowsky (2013) tras una década de prosperidad, la popularidad de Nollywood se estancó. El mercado comenzó a estar saturado, generando una situación crítica, que paradójicamente coincidió con el reconocimiento internacional de los contenidos de esta industria, lo cuál dio lugar al comienzo de un proceso de transnacionalización que se verá culminado con la distribución *online*.

La creciente popularidad de las películas de Nollywood se hizo evidente en la diáspora. Los nigerianos residentes en Reino Unido y también migrantes de otros países del área de influencia del cine *nollywoodiense*, como Ghana, o Benín, eran asiduos consumidores de estas películas. Desde el año 2008 la plataforma Sky Network comienza a emplazar estos contenidos audiovisuales en su parrilla aportando una nueva ventana de exhibición. (Barrot, 2011)

Durante la década de los 2000 se empezó a estimar, con dificultades y de forma aproximada, el impacto de la industria de Nollywood en términos económicos. Estos datos, son normalmente difíciles de corroborar debido a la persistencia de estructuras de mercado informales, así como un grave problema de copia y distribución ilegal de contenidos.

⁹⁴ Fuente: Nollyconnect (2018). Recuperado en: www.nollyconnect.com

En el año 2006, la industria del video en Nigeria, estaba valorada en 20 billones de nairas (aproximadamente unos 140 millones de euros), casi duplicando los 12 billones de nairas del año anterior, en un incremento continuo desde el inicio de la producción de películas en los años noventa, pasando de apenas 250 millones de nairas (600.000 euros aproximadamente) hasta las cifras actuales. (Barrot, 2008)

6. 9. 3. 5. Internet y la distribución online: 2011 – 2018.

La llegada de Internet supuso un antes y un después en todos los sectores de la sociedad y, por supuesto, en el cine. Desde finales de los años noventa y principios de los 2000, Internet ya se apuntalaba como un elemento transformador que establecería un nuevo tablero de juego para las industrias culturales.

Atendiendo a las características del mercado audiovisual, la producción de cine nigeriano se vio espoleada por nuevas ventanas de exhibición surgidas a partir de la transformación digital de las televisiones y las nuevas plataformas de VOD (*video on demand*).

La emigración nigeriana consumía el cine de Nollywood como contenido principal y, a nivel emocional, estas películas apoyaban la necesidad de no perder el contacto con el país de origen y apego cultural. Un importante porcentaje de la audiencia de Nollywood procedía de la diáspora y el acceso a estos contenidos a través de Internet contribuyó a aumentar la presencia de este tipo de cine en la red, a consolidar su fama e interés a nivel mundial y a incrementar los problemas que ya arrastraba debido a la copia y distribución ilegal de contenidos.

IrokoTv

A finales de 2011, se lanzó al mercado la plataforma de VOD IrokoTv, fundada por Jason Njoku, que abría nuevas posibilidades para la obtención de ingresos, y de distribución para los cineastas. En abril de 2012, un total de 8 millones de dólares, procedentes de un fondo de inversión de Estados Unidos, se invirtieron en IrokoTv a través de dos rondas de financiación. “Esta importante inyección de fondos destinada a impulsar los servicios de transmisión por flujo continuo en Internet de IrokoTv puso de manifiesto la creciente prominencia internacional de la industria cinematográfica nigeriana (...) que produce una media de 1.500 películas por año”. (Oyewole, 2014, p. 2)

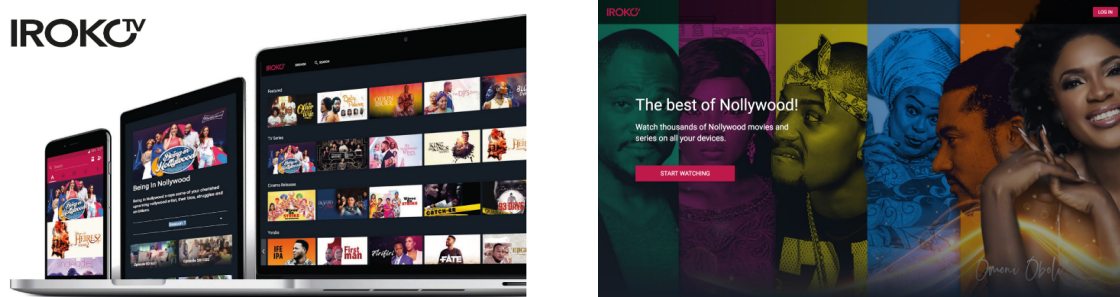


Ilustración 7 Imágenes cedidas por la plataforma de *video on demand* IrokoTv. *Interface y página de inicio de la página web y aplicación de IrokoTv.*

IrokoTv ya había sido pionero con un canal activo desde 2009 en la plataforma de vídeo YouTube. Este medio contribuyó a aumentar la popularidad de las películas de Nollywood provocando la apertura de multitud de canales en los años siguientes. De esta forma, comenzaron a proliferar en la red contenidos audiovisuales procedentes de los centros de producción cinematográfica nigerianos generando una audiencia masiva tanto a nivel nacional como en la diáspora donde ya existía una distribución asentada de estas películas.

La falta de calidad en la producción y edición de las películas provoca que sea muy difícil acceder a la exhibición en cine o concursar en festivales. (Barrot, 2011) Es por ello que en la industria cinematográfica nigeriana y dado el modelo de producción expuesto, el epicentro del negocio siempre ha sido la distribución. Por una parte, debido al consumo mayoritariamente doméstico e individual, y por otra, debido a la falta de exhibidores o dificultad de acceso a los mismos.

A partir de 2010, se crean numerosos canales de YouTube que ofrecen películas de Nollywood en modalidad de acceso libre y de pago. En un período de tiempo relativamente breve, estos contenidos dieron lugar a cifras de suscriptores y visualizaciones muy interesantes de forma que los creadores *nollywoodienses* encontraron en las plataformas de video un importante nicho de mercado.

La convergencia mediática y la democratización tecnológica de los últimos años han dado paso a un contexto en el que las plataformas de VOD están dominando el mercado y esta concentración de la distribución y la exhibición, en un sector tan plural como el de Nollywood, ha provocado un consumo masivo dentro y fuera de las fronteras de Nigeria.

En torno al año 2015, el catálogo de Iroko Tv contaba 5.000 títulos y en los medios de comunicación se le denominaba el “Netflix africano”. En 2016, coincidiendo con la expansión internacional de esta plataforma líder en el mercado audiovisual mundial, Iroko Tv atrajo capital procedente de diversos fondos de inversión de Estados Unidos y Europa y comenzó a producir sus propios contenidos mediante la filial Rok que, en el momento actual, cuenta con varios canales propios en Sky y DStv.

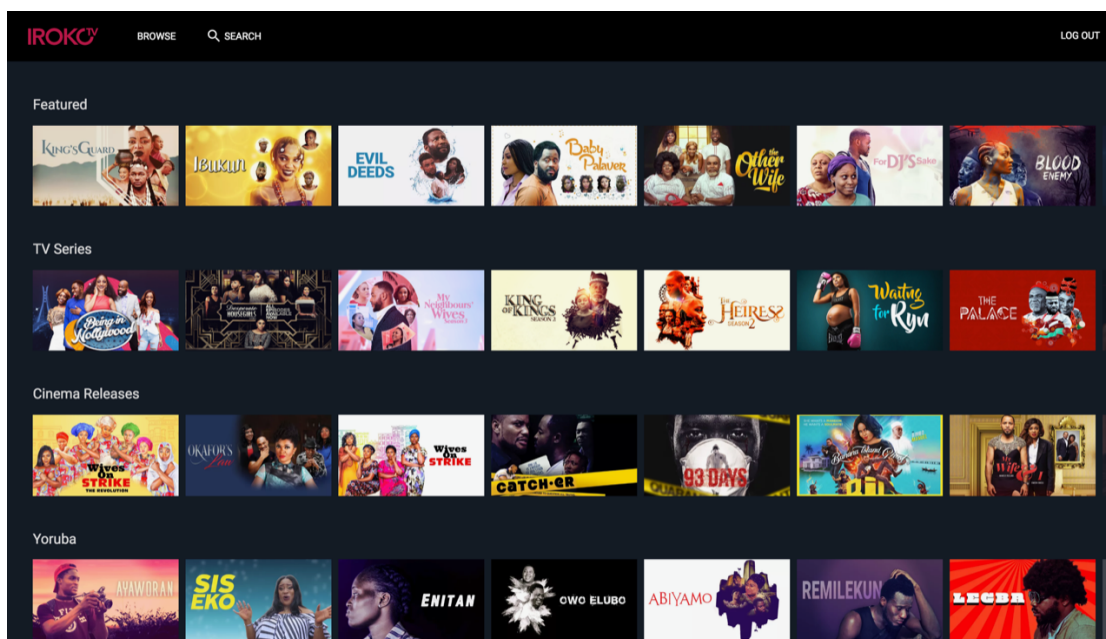


Ilustración 8 Imágen cedida por Iroko Tv. Página de inicio del catálogo de contenidos.

The business has attracted about \$40 million in investment funding from foreign venture capital investors. Its investors include *Tiger Global*, a New York-based private equity firm, and *Investment AB Kinnevik*, a Swedish venture capital investor. In January 2016, IrokoTV raised \$19 million in additional funding to expand its business into Francophone countries in Africa. (Jason Njoku, 2017)⁹⁵

⁹⁵ Referencia en la bibliografía: Jason Njoku (19 de noviembre de 2017) A nigerian success story; *St.Hilary's Magazine*. Recuperado en: <https://sthilarys.press/2017/11/19/jason-njoku-a-nigerian-success-story/>: *El negocio atrajo 40 millones de dólares de inversión procedentes de fondos de capital riesgo. Entre estos inversores, se incluían Tiger Global, una firma de Nueva York, e Investment AB Kinnevik, un fondo sueco. En enero de 2016, IrokoTv consiguió 19 millones en fondos adicionales para expandir su negocio en países africanos francófonos.*

El caso de éxito de la plataforma Iroko Tv y sus filiales han contribuido a poner el cine de Nollywood en el mapa mundial y hacer patente la importancia de una audiencia masiva⁹⁶ y dispersa en un contexto global y de convergencia mediática.

En el momento actual, diversas plataformas operan en el mercado audiovisual dando acceso al cine africano más allá de los festivales y espacios especializados a los que estaba relegado. En este sentido, cabe destacar ejemplos como Afrinolly, BuniTv o Afrostream (centrado en el mercado francófono); así como también el hecho de que la plataforma de VOD líder, Netflix, ha ido incorporando títulos de Nollywood a su catálogo.

New Nollywood

Hasta la llegada de Internet y a pesar de la búsqueda constante de la industria por diversificar el negocio del cine de Nollywood, la mayor cuota de mercado se encontraba en el consumo doméstico y la venta directa de copias físicas, un sector dominado por los denominados *marketers* y el eje de distribución STV (straight to video) desde los mercados principales como Idumota o Alaba (en el extrarradio de la ciudad de Lagos, uno de los mayores mercados de productos electrónicos del continente africano).

Desde sus inicios, los cineastas de Nollywood han mantenido una puja constante con dichos *marketers* (que desarrollan las funciones de productores ejecutivos, distribuidores y financieros) para conseguir más fondos y mejores condiciones en el desarrollo de la parte creativa del sector.

⁹⁶ Según datos de IrokoTv, son la segunda plataforma en número de suscriptores a nivel mundial. Fuente: Njoku, J. (19 de abril de 2017). Recuperado en: <https://jason.com.ng>

A partir de la evolución de las películas durante las dos primeras décadas (entre 1992 y 2012) se hace evidente la necesidad de incorporar una base estructural al negocio del cine. Durante los últimos años, correspondientes a la tercera década de actividad, se empieza a hablar de nuevos agentes y elementos del mercado en lo que se denomina New Nollywood.

New Nollywood consists of a small group of internationally well-regarded Nollywood producers and directors making movies that are largely self-financed and that actively pursue distribution schemes that don't solely rely on physical distribution in open air markets controlled by the marketers. (Miller, 2016, p. 36)⁹⁷

La nueva ola New Nollywood está definida por películas que son susceptibles de exhibirse en cines (responden a otros estándares de calidad en cuanto a formatos), o de concursar en festivales internacionales, además de trazar nuevas estrategias de comercialización diversificadas: multiplex en Nigeria y en ciudades con cifras importantes de migración nigeriana como Londres, licencias para televisión, distribución online, licencias de reproducción para medios de transporte, sponsors, y en general, estrategias que tienden a concentrar la producción y la distribución. (Haynes, 2013 y Ryan, 2013 en Miller, 2016, p.37)

En esta nueva fase productiva destacan directores veteranos del cine nigeriano clásico y de Nollywood como Tunde Kelani, cineastas procedentes de la segunda década de Nollywood como Emem Isong y autores directamente formados en el estilo New Nollywood, como Kunle Afolayan.

⁹⁷ (Miller, 2016, p. 36): *New Nollywood está formado por un pequeño grupo de productores y directores de Nollywood internacionalmente reconocidos que fabrican películas que en gran parte se autofinancian y que persiguen activamente esquemas de distribución que no dependen únicamente de la distribución física en mercados al aire libre controlados por los especialistas en marketing.*

Responsable de algunos notables éxitos de los últimos años, Kunle Afolayan ha ensayado diferentes estrategias comerciales en sus películas. En *Phone Swap* (Afolayan, 2011), por ejemplo, colaboraron Globacom y Blackberry en la producción mediante una asociación estratégica y de *product placement*. Otro ejemplo es *October 1* (Afolayan, 2014), una película alejada del Nollywood clásico en cuanto a estética y con un presupuesto superior a la media de las producciones de New Nollywood que fue comprada y distribuida por la plataforma digital de contenidos Netflix. (Miller, 2016)

Nollywood y la “piratería”

Como cualquier industria creativa audiovisual, Nollywood también ha experimentado diversas crisis relacionadas con la descarga ilegal, siendo la digitalización de los contenidos y su distribución a través de Internet un arma de doble filo para el sector ya que, cuanto más desarrollo se experimentaba, mayor era también el grado de incidencia de la "piratería". Desde el primer momento en que la producción y la distribución de las películas de Nollywood se estructuraron de forma regular, al margen de la formalidad o informalidad de la industria durante las primeras décadas, la copia y distribución ilegal de contenidos fue una constante en los principales mercados. La digitalización de los medios de producción y nuevas ventanas de exhibición como la televisión e Internet facilitaron esta situación de ilegalidad. “The introduction of the satellite channel Africa Magic in 2003 and rising Internet piracy sent sales of original Nollywood film copies plunging.”⁹⁸ (Jedlowski, 2013, p. 29).

Adesokan (2014) cuestiona cómo es posible que la copia y distribución ilegal de contenidos haga daño a una industria que nace y se desarrolla en la informalidad donde estas acciones podrían ser un eslabón más en la cadena productiva de Nollywood.

⁹⁸ (Jedlowski, 2013, p. 29): *La introducción del canal satélite Africa Magic en 2003 y el aumento de la piratería en Internet, hicieron que la venta de copias originales de Nollywood se desplomasen.*

Larkin (2008) plantea que la *piratería*, en el caso de Nigeria, ha sido un arma de doble filo ya que por una parte, tal y como recogen Ridwan, Akashoro y Ajaga (2013), supone una pérdida económica importante en todos los cauces en los que se desarrolla el sector que dificulta el establecimiento de una estructura sostenible del negocio. Y por otra parte, la amplia oferta en la venta directa y la facilidad en la difusión de contenidos en la red contribuyen a la creación de tendencias y hábitos de consumo masivos que serán los que den el impulso a la actividad cinematográfica ejerciendo una demanda constante.

A través de los artículos relacionados con este tema se puede inferir lo dificultoso que resulta discernir entre la informalidad y la ilegalidad. Según datos de la NFVCB, en el contexto de Nollywood en torno al año 2005, había cerca de 3.000 distribuidores registrados que vendían contenidos en los 36 estados de Nigeria, aunque según otras fuentes la estimación de vendedores estaba próxima a los 23.000. (Oladunjoye, 2008)

Sin embargo, en los datos del Instituto de Estadística de la Unesco se recoge la cifra de 120⁹⁹ como el número estimado de empresas bajo los parámetros de actividad distribuidora comercial para la exhibición en salas de cine y para la venta mediante canales formales como la televisión, por ejemplo. Esta cifra sería comparable al número de empresas que trabajan en Estados Unidos, que según esta misma entidad que, en el año 2009, la situaba en 109.

En el caso de la distribución *online*, la piratería también ha hecho mucho daño en la industria. De esta forma, es posible encontrar plataformas VOD, diversos canales oficiales de YouTube (con modalidades gratuitas y de pago) y canales y *webs* no oficiales que distribuyen películas completas de Nollywood de forma ilegal.

⁹⁹ Fuente: Instituto de Estadística de la Unesco. Dato correspondiente al año 2011, siendo el último del que se recoge información para la referencia: Número total de empresas distribuidoras.

6. 9. 3. 6. Ayudas institucionales en la producción, distribución y exhibición en la industria cinematográfica nigeriana.

Los inicios de Nollywood, como ya se ha expuesto en capítulos anteriores, tuvieron un impulso muy alentador para la introducción de nuevos agentes en el mercado audiovisual. Productores, vendedores de aparatos tecnológicos, actores, actrices y distribuidores pasaron a engrosar los índices de población activa, aunque para que estos datos se reflejasen en las estadísticas gubernamentales, aún tuvieron que pasar unos años. Antes del año 2000, la actividad de Nollywood, a pesar de la informalidad y falta de estructura del sector, era lo suficientemente importante como para atraer el interés y la financiación estatal y tratar de darle un impulso a la cinematografía nacional nigeriana.

El problema del singular modelo productivo de Nollywood era la inexistencia de una economía de escala ya que, en un contexto tan efusivo (múltiple oferta, múltiple demanda y muchos agentes implicados), cada producción era una aventura. Sin embargo, dada la capacidad empleadora de la actividad cinematográfica (entre 200.000 y 300.000 puestos de trabajo) y la representación cultural del sector, se llevó a cabo la creación de diferentes instituciones y programas de ayuda desde los diferentes gobiernos que se han sucedido en Nigeria en los últimos años. (Barrot, 2011)

Una de las primeras instituciones surgidas de forma casi paralela al fenómeno de Nollywood es la National Film and Video Censor Board fundada en 1994 cuyos objetivos son la acreditación de películas y la promoción de la actividad cinematográfica. En el año 2006 se pone en marcha la primera edición de un programa de ayudas denominado Project Nollywood que, en colaboración con Ecobank, otorgó 100 millones de nairas (780.000 \$ aproximadamente) con la intención de crear redes e infraestructuras de distribución organizadas.

En 2010, se estableció un fondo de ayudas destinadas al sector creativo de 30 mil millones de nairas (200 millones de dólares aproximadamente) a través del Bank of Industry. Un año más tarde, en 2011, durante la presidencia de Goodluck Jonathan, se concedieron 200 millones de dólares en nuevos fondos asociados al Proyecto ACT Nollywood con el objetivo de establecer nuevos canales de distribución y para la promoción y mejora de la industria cinematográfica. Este paquete de ayudas a la cinematografía ha tenido diversas renovaciones, asociadas a diferentes partidas presupuestarias, en los años 2013 y 2015. (Project ACTNollywood, 2017)

En 2015, se llevó a cabo la iniciativa Nollyfund, de nuevo con la participación del Bank of Industry. Consistía en un sistema de ayudas económicas destinadas a promover la actividad creadora y artística asociada al cine con especial hincapié en el cine de Nollywood. (Nollyfund, 2018)

El gobierno nigeriano y agentes privados han tomando parte activa en la promoción del desarrollo de un sector en constante crecimiento y renovación, intentando abandonar la informalidad mediante la creación de un ecosistema financiero y empresarial para la industria cinematográfica de Nigeria.

6. 9. 3. 7. *Perspectiva cultural del cine de Nollywood.*

Una de las cuestiones más notables del cine de Nollywood es la identificación cultural que destaca su audiencia. Los espectadores reconocen la estética, las historias y los géneros como propios conformando una audiencia relevante y asidua dentro y fuera del país. Además, las variedades idiomáticas de las películas han supuesto el acceso de los diferentes grupos étnicolingüísticos a contenidos según sus tradiciones y costumbres.

Larkin (2008), Haynes (2009) o Barrot (2008 y 2011) que han estudiado en profundidad las filiaciones culturales, estéticas y los géneros de Nollywood, han expuesto la relación entre los diferentes géneros y los hábitos de consumo de cada una de las etnias principales de las regiones de Nigeria y países del área de influencia de este cine, como por ejemplo, Ghana cuya tradición cinematográfica es similar.

Las películas de Nollywood son de escasa calidad técnica y están (o al menos lo estaban en el inicio) alejadas de las características formales a la que está acostumbrado el cine occidental comercial. La producción frenética de alrededor de 2000 títulos al año, está centrada en sacar muchos productos al mercado y venderlos rápido a precios reducidos. El margen de beneficios es menor, pero también son menores las necesidades de producción simplificando mucho el proceso de rodaje. Las temáticas se centran en la tradición con narrativas y guiones predecibles dando prioridad a los diálogos que son improvisados por los actores y actrices en muchas ocasiones. (Oyewole, 2014)

Barrot (2011) expone como es posible realizar una distribución de géneros y temáticas directamente relacionados con la situación geográfica, observando la prevalencia de los contenidos sobre brujería o *juju films* entre la población yoruba, temas que también eran tratados de forma común en el teatro. En la zona norte del país, mayoritariamente hausa, los contenidos están inspirados en el cine indio de Bollywood, lo cuál resulta comprensible dado que comparten códigos de censura similares entre ambas culturas. En el caso del drama, es el género predominante debido a la facilidad para tratar lugares comunes como historias familiares y el conflicto entre modernidad y tradición, además resulta asequible en su producción.

In southern Nigeria, and particularly in the yoruba areas, the *juju* film prevails, which is based on witchcraft and low-tech special effects. It is the African version of fantasy B-movies or horror films. In northern Nigeria, the hausa musical comedy thrives as a genre inspired by Indian cinema. Although it purports to be as melodramatic and moralizing as Bollywood movies, production standards remain basic and choreography is still in its infancy (Vincenot 2004). The third popular Nollywood genre is social drama, which is produced throughout the country. With themes ranging from family sagas to stories based on the clash of tradition and modernity, social dramas depict tensions that arise from social ascent and decline. In addition, every year, hundreds of films are made that cannot be categorized within these genres, and less normative productions that conform to no categories or are atypical regularly emerge. (Barrot, 2011, p. 109)¹⁰⁰

La significativa evolución del cine de Nollywood, que ha visto crecer año tras año el número de títulos lanzados al mercado, suscita la necesidad de abordar, además de las cifras, la significación cultural que tiene este fenómeno, cuya raíz se encuentra en la tipología de cine que se realizaba en Nigeria y en Ghana antes de que se extendiese la denominación de Nollywood.

¹⁰⁰ (Barrot, 2011, p. 109): *En el sur de Nigeria, en las zonas yoruba en particular, prevalece el género juju basado en la brujería y con efectos especiales de bajo coste. Es la versión africana de las películas de miedo de serie B. En el norte de Nigeria, la comedia musical hausa prospera como género inspirado por el cine indio. Aunque pretende ser tan melodramático y moralizante como las películas de Bollywood, los estándares de producción siguen siendo básicos y la coreografía todavía está en pañales (Vincenot 2004). El tercer género popular de Nollywood es el drama social, que se produce en todo el país. Con temas que van desde sagas familiares hasta historias basadas en el choque de la tradición y la modernidad, los dramas sociales representan las tensiones que surgen del ascenso y el declive social. Además, cada año se realizan cientos de películas que no pueden clasificarse en estos géneros, producciones menos normativas que no se ajustan a ninguna categoría o son atípicas.*

Ha existido una tradición específica de films nigerianos antes de que se acuñara el término Nollywood, e incluso después del colapso del formato celuloide que solía ser el modo aceptado de hacer películas. Estos films (...) tenían valores de producción muy altos en relación a la mayoría de los films del período. El *star system* aún no desarrollaba el nivel actual de salarios de seis cifras pagados a los actores, en parte porque los directores y productores eran pocos y se apoyaban en guionistas muy competentes. Esto dio a la mayor parte de los films del período (más o menos entre 1993 y 2001), un carácter como de texto, con significados estéticos y filosóficos, incluyendo un sentido determinado del film como forma socialmente responsable con posibilidades didácticas. En resumen, Nollywood no había sido “industrializado” como lo es ahora, por discordante que parezca ese proceso en comparación a otros sistemas industrializados como Hollywood y Bollywood. (Adesokan, 2014, p. 5)

La tradicional venta en el mercado y las ventanas adicionales de televisión satélite y plataformas VOD han posibilitado la amplia difusión de estos contenidos cuyas temáticas se han ido especializando en relación a las diferentes audiencias.

A partir de las posibles divisiones de géneros, encontramos diversos estudios como los de Larkin (2008) y Haynes (2009) sobre la significación estética y difusión de ideas en estas películas, y que provienen de su relación con el modo de producción, distribución y consumo de las mismas.

The meeting of cinema and television has created a new reality called video film. It has revolutionized the Nigerian movie industry and this led to the conceptualizing of “video film theory”. It describes the culture, economics, and technology of people who use the medium for social activism or telling stories. (Onuzulike, 2015, p.96)¹⁰¹

De esta forma, y desde principios de los años noventa, los contenidos de Nollywood han gozado de una audiencia estable dentro del país y también en la diáspora y en los países circundantes a partir de la llegada de la televisión por satélite y la distribución *online* en la última década. Éstas películas llevan más de veinte años en el imaginario de los nigerianos, reproduciendo historias autóctonas y también difundiendo valores y estilos de vida, revelándose como un pilar del contexto sociocultural de Nigeria.

¹⁰¹ (Onuzulike, 2015, p.96): *El encuentro entre el cine y la televisión ha creado una nueva realidad denominada “video film”. Esto ha revolucionado la industria cinematográfica de Nigeria, que ha llevado a la conceptualización de la teoría del cine en vídeo. En la que se describen la cultura, la economía, y la tecnología, usándolas como medio para el activismo social o el relato de historias.*

6. 10. LA EXPLOSIÓN DIGITAL: NUEVOS CENTROS DE PRODUCCIÓN SIMILARES AL MODELO DE NOLLYWOOD

La industria cinematográfica nigeriana está integrada por las producciones cinematográficas en inglés, Nollywood, la industria cinematográfica yoruba e igbo y la industria de Kano, Kannywood, que produce películas en hausa. Kano es la región situada al norte de Nigeria y su población es mayoritariamente musulmana. Utiliza los mismos sistemas y modelos de producción y distribución que las regiones del sur captando diversas audiencias y busca a inspiración en la cinematografía de Bollywood. (Hussaina, 2013)

La peculiaridad de estas películas procedentes del norte del país, reside en emplear como referente a Bollywood, imitando su lenguaje, estilo, sus historias, personajes e importando la tradición de incluir canciones y números de baile con elaboradas coreografías. Más llamativo es que estos filmes se popularizaran cuando se instituyó la ley islámica (*sharia*). Las complejas negociaciones entre tradiciones culturales y sociales son evidentes en este nuevo fenómeno audiovisual. (Leal, 2013, p. 150)

El término Nollywood, extensible a estos centros de producción secundarios da origen a otros entornos que han adoptado la formación de sus nomenclaturas a partir de esta fórmula que deriva de fusionar los gentilicios con Hollywood. Estos otros puntos neurálgicos de creación cinematográfica también comparten la asimilación de los modelos de producción y de negocio de la cinematografía nigeriana, basados en la rápida ejecución y distribución de las películas, realizados con pocos recursos y comercializados a precios asequibles.

In Tanzania, Kenya, Uganda, and South Africa, for example, Nollywood has served as a model of film production and inspired the growth of local film industries, which in the case of Tanzania have already begun capturing a regional market. In these countries and elsewhere, Nigerian video films are appropriated and reworked into local forms of filmmaking and other cultural models of narrativization with local inflections that borrow and copy heavily from Nollywood. (Krings y Okome, 2013, p.1)¹⁰²

A partir de la proliferación de las películas de Nollywood en toda el área de influencia de Nigeria y especialmente en los países anglófonos, otros países han puesto en marcha iniciativas similares que han prosperado a partir de la introducción de *Internet* y el desarrollo de las plataformas de video *online* y *video on demand*.

De esta forma, Uganda, y su centro de producción Wakaliwood, tal y como se le ha denominado en algunos artículos periodísticos y en el documental *Welcome to Wakaliwood* (Barenholtz, 2012), recibió mucha atención mediática internacional a raíz de la circulación en redes sociales del *trailer* de la película *Who Killed Captain Alex?* (Nabwana, 2010), una comedia de acción realizada con pocos recursos similar al lenguaje narrativo del cine serie B y financiada mediante *crowdfunding*.

¹⁰² (Krings y Okome, 2013, p.1): *En Tanzania, Kenia, Uganda y Sudáfrica, por ejemplo, Nollywood ha servido como modelo de producción de películas e inspiró el crecimiento de las industrias cinematográficas locales, que en el caso de Tanzania ya había comenzado a captar el mercado regional. En estos países y en otros lugares, se produce una apropiación de las películas de video nigerianas que son reelaboradas con fórmulas locales y otros modelos culturales narrativos con influencias autóctonas, que toman prestados y copian en gran medida de Nollywood.*

Otro de los países con extensa producción cinematográfica que comparte modelo de producción y, además, tiene una historia similar al inicio de Nollywood en Nigeria, es Ghana y su centro de producción audiovisual denominado Gallywood. "Video film production began almost simultaneously in Ghana and Nigeria in the late 1980s, in both cases as the result of general economic collapse that made celluloid film impossibly expensive."¹⁰³ (Haynes, 2007, p. 1)

Además de cercanía geográfica, Ghana y Nigeria, junto con otros países como Benin, Togo o Costa de Marfil, comparten altos índices de población yoruba. De esta forma, las películas en este idioma, así como todos los contenidos en inglés procedentes de estos mercados cinematográficos, son distribuidos fácilmente en estos entornos. Ghana y Nigeria tienen una relación de amplia colaboración en la realización de películas, actores y actrices que trabajan en ambas industrias y un canal de distribución similar. Sin embargo, la superior capacidad demográfica y económica de Nigeria, han permitido que el desarrollo del cine de Nollywood sea mayor y más reconocido que la industria de Ghana.

¹⁰³ (Haynes, 2007, p. 1): *"La producción de películas en vídeo, comenzó en Ghana y en Nigeria de forma simultánea a finales de los años ochenta, en ambos casos, fruto de un colapso económico que hacía que la realización de películas en celuloide fuese increíblemente costosa".*

CAPÍTULO III:

**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS DE
LOS MODELOS DE PRODUCCIÓN DE NIGERIA, INDIA
Y ESTADOS UNIDOS**

7. RESULTADOS

7. 1. ANÁLISIS DE FUENTES DOCUMENTALES.

Toda investigación necesita de una revisión de las fuentes disponibles y la literatura científica disponible para contextualizar el fenómeno analizado. En el caso concreto de la investigación propuesta, el estudio de fuentes documentales constituye la primera parte de la metodología planteada y ha servido a una doble finalidad dados el contexto y el objeto de estudio:

- En primer lugar, el estudio de las fuentes documentales ha servido para elaborar los capítulos relativos a la historia de la producción cinematográfica y el marco teórico, exponiendo el estado de la cuestión de la industria cinematográfica, desde sus orígenes hasta el momento actual, centrado en los principales productores de películas a nivel mundial: India, Nigeria y Estados Unidos o Bolywood, Nollywood y Hollywood.
- En segundo lugar, a partir del planteamiento que consiste en definir, analizar y exponer el fenómeno del cine de Nollywood desde sus orígenes hasta el momento actual, la recogida sistemática de fuentes documentales ha permitido observar una pauta de interés en este área dentro de la comunidad científica e investigadora, en especial, a partir de la primera década del siglo XXI con una proliferación significativa de literatura científica sobre el tema.

Las fuentes documentales utilizadas en la elaboración de la presente investigación proceden de diferentes ámbitos y se encuadran en la tipología de datos e investigaciones publicadas. También se han recogido datos cuantitativos primarios procedentes de diversas fuentes oficiales para crear nuestro propio análisis de determinados contextos comparativos a partir de los los objetivos establecidos y el objeto de estudio propuesto.

Se han tratado y manejado fuentes en dos idiomas, castellano e inglés, tal y como se puede observar en las referencias bibliográficas. La procedencia de las mismas, es la siguiente:

- Libros.
- Documentos electrónicos, de los cuáles, destacamos los que han servido de base para el capítulo dedicado al cine de Nollywood, que han permitido establecer, bajo pautas de actualidad, la definición del fenómeno. Dichos documentos proceden de centros universitarios e investigaciones independientes de cinco países principales: Estados Unidos, Inglaterra, Nigeria y Costa de Marfil, así como estudios relevantes realizados en España.
- Tesis doctorales.
- Artículos periodísticos de medios generalistas y especializados.
- Materiales audiovisuales: cintas cinematográficas, cintas videográficas, documentales y materiales audiovisuales *online*.
- Páginas *web*.

- Bases de datos: los datos en bruto obtenidos para posteriores análisis utilizados en la tercera parte de la metodología de la investigación y que han servido para la elaboración del análisis comparativo de los diferentes modelos de producción proceden de las siguientes fuentes:
 - Instituto de Estadística de la UNESCO.
 - European Audiovisual Observatory.
 - IHS Media and Technology Digest.
 - BFI Research and Statics.
 - Box Office Mojo: página web de datos de recaudación de taquillas internacionales de Internet Movie Data Base (IMDB)
 - NFVCB (National Film and Video Censor Board, Nigeria)

7. 2. ANÁLISIS DE LOS DATOS RECOGIDOS A TRAVÉS DEL TRABAJO DE CAMPO.

En el segundo apartado del planteamiento metodológico se ha explicado cómo se iba a desarrollar el trabajo de campo mediante la realización de entrevistas semiestructuradas de cuyo análisis nos ocuparemos en este capítulo.

La entrevista cualitativa consiste en una conversación provocada por el entrevistador. En el tipo de entrevistas semiestructuradas, la tipología seleccionada para este estudio, el entrevistador no plantea preguntas preformuladas, si no que utiliza un guión que recoge los temas a tratar. (Cobetta, 2003).

Las entrevistas se han realizado siguiendo un guión pre-establecido permitiendo así indagar en profundidad en los conocimientos más destacados de cada uno de los distintos individuos entrevistados. El uso de un guión estructurado ha posibilitado la obtención de información de todos los bloques de contenido estipulados para establecer pautas comparativas y, a su vez, insistir en los datos relevantes ofrecidos por los entrevistados tomando en consideración las ventajas de la investigación cualitativa.

7. 2. 1. Muestra resultante de informantes.

La estrategia metodológica de la investigación establecía la elaboración de una muestra de informantes que se adecuasen al objeto de estudio propuesto a partir de su relación con el mismo.

Para ello se han seguido los criterios establecidos en el marco metodológico:

- Adecuación del informante al objeto de estudio mediante una relación profesional o académica con el mismo.
- Adecuación del informante al objeto de estudio mediante la variable geográfica. Así, se han seleccionado informantes de los tres países de estudio: Estados Unidos, India y Nigeria. Así como también, se han seleccionado informantes de España.
- Por último, se han seleccionado los informantes siguiendo un criterio de actualidad en su relación con el objeto de estudio.

Dadas estas variables, la muestra resultante está formada por individuos que tienen relación directa con el objeto de estudio principal y con los modelos de producción establecidos para la comparación, bien por su profesión y su capacidad de observación del fenómeno, bien por su relación con el mundo académico y la publicación de recientes investigaciones o artículos científicos sobre la materia.

Siguiendo estas pautas, las personas entrevistadas que han colaborado en la investigación, son las siguientes:

- Ikechukwu Obiaya: Decano de la School of Media and Communication de la Pan-Atlantic University de Lagos (Nigeria).
- Alex Eyengho: Director de cine (Nigeria).
- Franco Sacchi: Director de cine y director del documental *This is Nollywood* (Sacchi, 2007). (Estados Unidos)
- Beatriz Leal Riesco: programadora del Festival Africano de Cine de Nueva York e investigadora independiente. (Estados Unidos - España)
- Jose María Álvarez Monzoncilo: Catedrático de la Universidad Rey Juan Carlos. Profesor en el área de Comunicación Audiovisual. (España)
- Pedro Ortuño: Profesor titular de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Murcia y director del documental *The other side of Bollywood* en el año 2007. (España)
- Aparajit Shukla: Director de cine (India).
- Viraj Singh: Director de fotografía de cine que ha trabajado en los entornos de Nollywood y Bollywood. (India)

7. 2. 2. Realización de las entrevistas.

Se han realizado un total de ocho entrevistas que han sido llevadas a cabo durante los años 2015 y 2016 de dos formas diferentes según las posibilidades de acceso, lenguaje y disponibilidad de cada informante.

Un total de cinco entrevistas fueron realizadas de forma oral oscilando su duración entre los treinta minutos y las dos horas. El resto de entrevistas, fueron realizadas de forma escrita y se mantuvo después de las mismas una breve conversación con los participantes para comentar los puntos más destacados de sus respuestas.

En el anexo¹⁰⁴ adjunto, se puede acceder al contenido completo de todas las entrevistas realizadas y sus transcripciones correspondientes, ya que en el próximo epígrafe destinado al análisis del contenido de las mismas, se han recogido las citas originales más relevantes para cada área conceptual tratada.

7. 2. 3. Análisis de las entrevistas.

Una vez realizadas todas las entrevistas planificadas, se procedió al análisis de las mismas. Para abordar dicho análisis se ha recurrido a un planteamiento de tipo cualitativo ya que, dada la naturaleza, procedencia y discurso de los informantes, se ha creído necesario explorar las distintas perspectivas y visiones personales de cada individuo completando este relato con los datos cuantitativos que complementan la elaboración de análisis comparativo del próximo capítulo. Este planteamiento nos ha procurado una visión amplia de objeto de estudio y su contexto, aprovechando al máximo los beneficios que ofrece este método de investigación.

¹⁰⁴ Ver Anexo 1, p. 345

Como explica Corbetta (2003), el análisis de los datos obtenidos a través de una entrevista debe centrarse en los sujetos en vez de en las variables, siguiendo un criterio de tipo holístico, estudiando y observando al informante en su totalidad.

Siguiendo estas pautas, la muestra de informantes seleccionada está constituida por una serie de profesionales de diferentes ámbitos y disciplinas. De esta forma, los datos y opiniones obtenidas en el transcurso de la investigación, no sólo responden a un criterio sectorial o profesional, así como no sólo responden a un criterio puramente académico, ni geográfico o localizado.

En la exposición de los resultados se ha optado por presentar los datos “según una perspectiva narrativa, en el sentido de que se desarrolla a través del relato de episodios o descripción de casos”. (Corbetta, 2003, p. 391).

Se han ido analizando las entrevistas, cuyo contenido se expone a lo largo de este capítulo ordenado de la siguiente forma: en función de los modelos de producción de los tres ámbitos de interés, Nollywood, Bollywood y Hollywood, y a su vez, según los bloques de contenido establecidos en el guión de las entrevistas. A pesar de entender el discurso de los entrevistados como un conjunto genérico de opiniones, la realización del trabajo de campo a partir de la entrevista semiestructurada ha permitido componer y analizar la información según estas pautas, tal y como se presenta a continuación, donde se expone la situación actual de la cinematografía en cada uno de los tres principales centros de producción a nivel mundial.

7. 2. 3. 1. Producción cinematográfica en el cine de Nigeria, India y Estados Unidos.

El modelo de producción de Nollywood está basado en la rapidez siguiendo las pautas mercantiles del mínimo producto viable. El consumo frenético exige precios de producción asequibles, así, los presupuestos con los que cuenta una producción nigeriana dentro del contexto del llamado cine de Nollywood, son escasos, equipables a la corta vida del producto. El desarrollo de Nollywood, tal y como se ha relatado en capítulos anteriores y como así lo corroboran las entrevistas realizadas, data de finales de los años ochenta y principios de los noventa y fue posible gracias a la introducción de los sistemas de grabación digitales.

“The availability of the VHS technology facilitated the beginning of Nollywood, making it possible for non-professionals to go on film production. The arrival of the digital technology has only served to enhance the process.”
(Ikechukwu Obiaya)

Una vez superado el acceso al coste de desarrollo de una película que pueda ser comercializada, handicap con el que contaba el sistema de celuloide, la producción se incrementa motivada por estas nuevas facilidades y definido por el enfoque autóctono de los contenidos, entre otros factores.

“Es un problema de la seguridad, que no se podía salir, que al final se convierte en que se busca un cine doméstico fundamentalmente también para mujeres que se consume desde casa, después también está el hecho de que hubiese tantísima gente preparada en televisión que quería seguir haciendo cine pero no podía comprar el celuloide porque era carísimo. Y al final también influye la situación de los reproductores de vídeo y después el DVD. Yo creo que es una mezcla evidentemente de temas de producción, de problemas económicos y sociales en el país, y de otro tipo de necesidades casi antropológicas de dar respuesta a necesidades que no se cubrían por otro tipo de cines.” (Beatriz Leal Riesco)

“Nollywood certainly embraced the digital video technology with all its attendant benefits.” (Alex Eyengho).

En el momento de abordar la producción de una película, los cineastas nigerianos tienen muchas dificultades como, por ejemplo, los cortes de energía o la dificultad de acceso a la misma, lo cual entorpece enormemente la realización técnica. Los bajos presupuestos y la rapidez con la que se desarrolla el proceso completo hace de cada película un reto. Esto ha sido una constante a la que se han enfrentado las producciones de Nollywood y, en estos momentos, dada la reconversión digital, la distribución *online* y el contexto de convergencia mediática, las plataformas VOD también se enfrentan a la deficiencia en el acceso a Internet que dificulta el desarrollo de este modelo de negocio.

“There is almost a post apocalyptic atmosphere. You really have the impression that Lagos is a place that can reveal a lot about the potential and the risk that humanity will face in the near future. Nollywood in this sense is very hopeful phenomenon.” (Franco Sacchi)

Dadas las condiciones en las que se desarrolla la producción, el sistema se sustenta en un proceso encadenado rápido y de costes reducidos, lo cuál sigue manteniendo elementos y procesos de los primeros momentos en los que se crea el fenómeno partiendo del sector informal. Hoy en día es un rasgo cambiante tanto por la proliferación de estudios sobre el tema como por la influencia de la repercusión obtenida por esta industria.

“This is simply a matter of necessity. The budget are extremely low because most films are finaced by individuals (small producers). Things are slowly changing but by and large we can say that Nollywood has its roots in the informal sector. There are no formal investors and reliable accounting methods to verify the revenues. So the budgets had to to be small to recuperate the investments as quickly as possible. Fast shooting schedules are of course the most obvious way to keep the costs down.” (Franco Sacchi)

La producción cinematográfica nigeriana, en el caso de las películas de Nollywood, está constituida por iniciativas privadas establecidas en un mercado atomizado donde las empresas productoras son muchas veces distribuidoras en un contexto de pequeña escala sin que se pueda hablar de integración de servicios, al menos, durante las dos primeras décadas del fenómeno de Nollywood. Las fuentes de financiación son privadas y hasta hace unos años no existían apoyos gubernamentales, así como tampoco existía en los primeros años ningún tejido empresarial o formativo que diese base al fenómeno.

“Mordern Nollywood started in the late 80s with the efforts of independent producers and withouth any government support whatsoever.” (Alex Eyengho)

“What is important to remmeber that this phenomenon grew spontaneously without any help whatsoever from the Nigerian Government, the university system or foreign investment.” (Franco Sacchi)

La mayor parte de los entrevistados, así como muchos de los textos que se han analizado para realizar una aproximación a la historia de Nollywood, insisten en otorgar un comienzo meteórico fruto del acceso a la tecnología que permitía prescindir del celuloide, así como la existencia de una necesidad de creación de contenidos propios que relataban la realidad de las tradiciones y axiomas culturales de los diversos grupos étnicos:

“Afordable budget, speed, African stories” (Alex Eyengho)

Sin embargo, estos textos y estudios también abordan, en ocasiones, la dicotomía que plantea la clasificación de las películas de Nollywood en la definición de cine, así como la relación dialéctica entre la producción cinematográfica nigeriana como industria cultural de entretenimiento, de expresión artística o como contenido audiovisual formativo.

“Cuando Hollywood cuando empieza con esta dicotomía de lo bueno y lo malo en el entretenimiento y también en Europa después de la Segunda Guerra Mundial, porque no le queda más remedio, se convierte y se empieza a producir ‘cine arte’, cine de autor, Sus raíces evidentemente son los años 20 etc. pero en esos años, Hollywood también, hacen fundamentalmente un cine de entretenimiento y es más, la comedia y otro tipo de películas de acción y persecuciones, y el slaptick, repondían a las mismas necesidades que hoy en día están respondiendo los géneros de Nollywood.” (Beatriz Leal Riesco)

En el cine de Nollywood, estrenado directamente en vídeo, se puede dividir en varios períodos en relación a la formación de los artistas y profesionales. En un primer momento los directores de cine que trabajaron en las películas de Nollywood tenían diversa procedencia: por un lado, estaban los profesionales que se habían desarrollado en los medios de comunicación de época colonial y, por otra parte, los recién llegados a la industria guiados a través de la explosión creativa que circundaba los mercados en los que se realizaba la mayor parte de la distribución.

“La gente que está empezando a hacer películas ahora, los jóvenes, ya se han formado con todo el imaginario de Nollywood que ya existe desde hace años. Pero la gente que empezó en los noventa, habían estudiado cine en las grandes escuelas de cine de Londres. Los que dieron los primeros pasos eran muy conscientes de lo que estaban haciendo. No se estaban oponiendo, estaban evidentemente limitados a nivel técnico, que marca muchísimo, es verdad que eran gente que creían mucho en recuperar ciertas tradiciones culturales de sus propias etnias o grupos, etc. de pertenencia. Y crearon un estilo diferente. Hay muchísima relación evidentemente, que es lo que se dice habitualmente, con lo que es el musical de Bollywood y con las películas de acción de Hong Kong de esos momentos. También llegaba el musical egipcio, que había marcado mucho a las generaciones previas. Y películas de acción, series, porque también se veía mucha televisión, eso también llegó, y Nigeria era rica en esos años, como para poder acceder a cierto tipo de productos audiovisuales.” (Beatriz Leal Riesco)

Los expertos entrevistados y los autores de diversos estudios sobre este tema coinciden en el origen y atribución del éxito exponencial de Nollywood a la facilidad de los nuevos medios. De esta forma, Adesokan (2012), Ajibade y Williams (2012), Evuleoche (2008) y Obiaya (2015) dan cuenta de la importancia del acceso a las nuevas tecnologías de grabación y reproducción digital como pilar fundamental sobre el que se asienta el fenómeno. Las posibilidades abiertas por estos medios dieron soporte técnico a una sociedad interesada en nuevos relatos y temáticas propias más allá de la hegemonía cinematográfica americana y asiática que dominaba las salas de cine del país.

“The root of Nollywood success is in the insatiable desire that african audiences have for homegrown stories” (Franco Sacchi)

Olubomehin y Onabajo (2012) aportan una visión de los nigerianos como grandes consumidores de cine desde principios del siglo XX trazando un contexto en el que el factor del interés por la experiencia cinematográfica unida al cierre de salas de la década de los noventa, contribuyen al crecimiento de Nollywood.

La producción en el cine de Bollywood, tiene su origen en los años setenta cuando comienza a proliferar este fenómeno y se asientan los distintos centros de producción en la India, destacando Bombay, de dónde toma el nombre, sobre los demás porque se especializa en un tipo de cine comercial y musical para todos los públicos.

Este modelo de producción ha sufrido diversos cambios con los años pero ha mantenido una estructura eminentemente horizontal y privada, formada por multitud de empresas que trabajan en el sector desarrollando una estrategia individualista o de alianzas ya que, en ocasiones, se afrontan proyectos del tipo de superproducciones mediante este sistema de cooperación.

“Algunas grandes empresas son las responsables de la mayoría de películas financiadas, como los estudios de Hollywood, algunas de las cuales aún se mantienen, pero éstas las empresas en la industria del cine indio, apenas dominan el cincuenta por ciento de la producción.” (Aparajit Shukla)

A pesar de que la producción en la India se financia primordialmente con fondos privados, también existe otra vertiente marginal de subvenciones públicas.

“Durante los setenta, ochenta y principios de los noventa sólo había cuatro o cinco prestamistas de dónde se obtenía la financiación de las películas. Luego en los 2000 aparecen las coproducciones, las compañías productoras crecieron y creció también su estructura. Aparecieron los chicos de marketing, la figura del productor... Y el negocio se dividió, se sectorizó. Hay una pequeña ayuda de dinero (público). Creo que es una pequeña cantidad. India no tiene una gran cantidad de dinero público. Es muy difícil, muy pequeña. He olvidado la cantidad exacta, pero es muy raro, está muy controlado y generalmente no es fácil obtenerla. Es muy raro.” (Viraj Singh)

La producción india está basada en una economía de escala donde la realización del mayor número de más películas contribuye a abaratar los costes de la producción y, dado que en este caso sí existe una infraestructura y una red empresarial sólida, la producción ha ido en aumento lo cuál es posible debido al contexto socio-cultural en el que cine es la principal fórmula de ocio del país.

“En la India no hay ningún tipo de actividad cultural, no hay nada. En las ciudades grandes sí. Pero cuando uno se adentra en lo que es la India rural, en los pueblos, o ciudades más pequeñas prácticamente no hay ningún tipo de entretenimiento. El único entretenimiento es el cine.” (Pedro Ortuño)

Además, la industria cinematográfica india en general y las películas bajo la categoría de Bollywood en particular gozan de diversos mecanismos que aseguran la correcta comercialización de los productos audiovisuales. Dichos mecanismos no se aplican de forma consciente, si no que son resultantes de una serie de prácticas y condicionamientos culturales que definen este tipo de cine. En primer lugar, como se ha comentado anteriormente, el hecho de que la experiencia cinematográfica sea la principal vía de entretenimiento. Por otra parte, la existencia de una censura que hace que la producción sea extensa para abastecer los múltiples canales de televisión y salas de cine y que ejerce como barrera para la introducción de películas de otros países que no consiguen la calificación positiva. Y también se podría citar la poca predisposición del espectador de la India a los contenidos extrajeros.

“En la India son antiimperialistas por sistema. Es decir, tienen una idea de preservar su cultura mucho más arraigada de lo que podamos tener aquí en Europa.” (Pedro Ortuño)

Los factores socioculturales, demográficos y económicos de la India, hacen que el país sea el primer productor mundial de películas con las que se nutren numerosas salas de cine y canales de televisión para un extenso público.

El modelo de producción norteamericano se define a partir de su principal centro de producción, Hollywood; a pesar de la existencia de otros importantes centros de producción en el país, así como circuitos alternativos e independientes, el objeto de estudio se ha centrado en este mercado como exponente principal de la cinematografía estadounidense e internacional debido a alto grado de penetración en relación a las cuotas de pantalla. La producción cinematográfica mantiene su hegemonía a nivel mundial en Occidente.

A pesar de que en número de largometrajes producidos por año las cifras de los mercados del cine indio y nigeriano son superiores, sigue siendo una industria mayor y mejor desarrollada que lidera el aspecto económico del negocio cinematográfico. El modelo empresarial y productivo de Hollywood se ha ido transformado con el paso del tiempo a partir de la introducción de innovaciones y cambios estructurales en la forma de hacer cine.

“El modelo imperante en Hollywood son las major, y la tendencia a pocas películas, grandes blockbuster producidos en el resto del mundo (...), y distribuidas en todas las ventanas.” (José María Álvarez Monzoncillo)

Al igual que en la producción india y nigeriana, la digitalización del cine americano contribuyó a simplificar el proceso de grabación y almacenaje de las películas y el consecuente abaratamiento de los efectos especiales realizados por ordenador. Este hecho transformador y singular facilitó el acceso de nuevos productores independientes al mercado debido a la reducción de los costes de grabación y edición, pero no facilitó la distribución y exhibición de estos contenidos hasta la llegada de Internet y las consecuencias que ello conllevó para el sector audiovisual.

Dicho modelo que responde a un complejo entramado empresarial que favorece que los grandes inversores y las grandes empresas sean las capacitadas para desarrollar su actividad en este entorno. La hegemonía del sistema empresarial de Hollywood radica en su estructura vertical en la que la distribución y la exhibición son pilares fundamentales para rentabilizar un producto. Y a su vez, los productos audiovisuales precisan de importantes campañas de marketing para garantizar su audiencia en la primera ventana, los cines, y continuar rentabilizando el producto en las sucesivas ventanas del ciclo audiovisual.

De esta forma se definen brevemente los modelos de producción de las tres grandes industrias cinematográficas a nivel mundial analizados a lo largo de las entrevistas realizadas y como se verá en los epígrafes siguientes, cómo se gestionan la distribución y exhibición.

7. 2. 3. 2. Distribución cinematográfica en el cine de Nigeria, India y Estados Unidos.

La distribución es uno de los procesos clave del negocio cinematográfico. En los últimos años y debido a la introducción del cine *online* y las plataformas VOD (*video on demand*) en el mercado, la distribución se encuentra en pleno proceso de transformación.

En el caso del cine en Nigeria, y a pesar de las dificultades que supone la descarga ilegal de contenidos de igual forma que en todos los ámbitos culturales, la distribución *online* se ha enfocado como una ventaja sacándole partido a través de las diferentes plataformas y redes sociales con sistema de visionado de vídeo en *streaming*. En un primer momento el modelo de distribución imperante era la venta directa de las películas en VHS y DVD en mercados y lugares especializados.

El hecho de que la actividad cinematográfica de Nollywood se desarrollase sin las salas de cine como exhibidores principales propició la rápida aceptación de otros canales de distribución en Internet ya que los hábitos de consumo seguían siendo en el entorno doméstico.

“The Internet has served to provide one more means for distributing films. More and more online distribution platforms are springing up, and many filmmakers are happy with this because it is a sure way of getting income from their films. However, there have also been serious cases of violation of copyright online, so quite a few filmmakers are so very worried about the medium.”
(Ikechukwu Obiaya)

En la India, el proceso de distribución sigue respondiendo al modelo clásico y la ventana principal de exhibición es la sala de cine. Las plataformas de cine *online* y los sistemas de VOD se están implantando poco a poco y su actividad aún es irrelevante en relación a otros métodos de comercialización del producto audiovisual. Este hecho se debe, entre otros factores, a que la cinematografía india ha tardado más tiempo en iniciar y participar del proceso de digitalización siendo habitual el uso del celuloide hasta hace pocos años.

Es una industria basada en la economía de escala y el sistema de producción en masa, determina las estrategias de distribución y la rentabilidad que se consigue con cada producto en un entorno de múltiples actores en el mercado.

“Hay muchos productores que se lanzan al tema de la industria cinematográfica, gente que tiene bastante dinero y que produce seis, siete o diez películas al año tranquilamente. Entonces, cuando hablaba con ellos me decían que, si se producen por ejemplo diez películas, pues a lo mejor con una o dos que les salgan rentables, ya amortizan todo lo demás, y las otras acaban vendiendo los derechos a las televisiones locales para recuperar más o menos lo invertido.” (Pedro Ortuño)

De esta forma, la distribución en la producción cinematográfica india de Bollywood responde a un sistema en el que encontramos mucha oferta y mucha demanda operando simultáneamente siendo la exhibición clásica una pieza clave.

El cine estadounidense vive un momento peculiar en cuanto a la distribución de contenidos audiovisuales. Tal y como hemos visto en autores como Izquierdo (2010 y 2015) y Clares (2013), muchos han sido los esfuerzos de la industria cinematográfica de Estados Unidos para mantener la hegemonía del sector de la distribución a las puertas de una realidad tan cambiante como la que han provocado la distribución digital y el cine *online*.

“El modelo tradicional [de distribución] les permitía a las compañías de Hollywood controlar el conjunto de la cadena de valor. Con Internet, esa cadena de valor es cada vez más incontrolable, el usuario tiene cada vez más fuerza. ¿Es hacia donde vamos? ¿Puede ser que acabemos sólo en una ventana y que la gente sólo vea Internet? ¿Y que las películas sólo viajen por Internet? Pues eso, va a ser complicado... (Jose María Álvarez Monzoncillo)

Recogiendo estas palabras de Monzoncillo en 2015, observamos cómo en el cine actual, como también comentan Beatriz Leal o Ikechukwu Obiaya, en el caso estadounidense, la estructuración del negocio cinematográfico es lo que hace que la industria de Hollywood sea incomparable a nivel financiero y se distribuya en todo el mundo. El cine *online* y las plataformas de VOD cuestionan este modelo y se presentan como nuevos actores del mercado audiovisual. *Internet* pasa a ser un canal de distribución y una de las ventanas de exhibición principales pactando nuevos acuerdos para la comercialización de películas. Sin embargo, el debate en torno a lo que cabe esperar en el futuro aún no está resuelto y nos encontramos en un sistema de convivencia de nuevos y viejos modelos.

En la India y en Estados Unidos, debido a sus modelos de negocio intrínsecos, la distribución principal continúa siendo el cines como primera ventana. Hasta el momento, y a pesar de las preocupantes bajadas de audiencia en este medio y la lacra de las descargas ilegales, no se considera que *Internet* pueda cambiar radicalmente este modelo en dichos mercados. No ocurre lo mismo en Nigeria, tal y como comenta Ikechukwu Obiaya, donde podría suponer un gran problema si no se maneja la red de forma apropiada.

7. 2. 3. 3. Exhibición cinematográfica en el cine de Nigeria, India y Estados Unidos.

La exhibición cinematográfica en el cine de Nigeria tiene unos rasgos peculiares que diferencian notablemente este mercado de los otros ejemplos analizados, así como de la mayoría de mercados cinematográficos. El modelo inicial de distribución de cine de Nollywood era la venta directa al espectador de copias físicas de las películas en VHS o DVD en mercados o tiendas especializadas, y de forma más tardía, a los canales de televisión satélite. Este modelo se ha ido transformado en el contexto de la convergencia mediática y al modelo de distribución clásico se adhiere la distribución *online* a través de múltiples plataformas de VOD. Dado este entorno, la exhibición queda relegada al ámbito doméstico y al ámbito de Internet como principales ventanas de exhibición.

“More and more film are now being premiered in the cinemas, there still remain a large number that do not go through that process, It must also be added that, unlike Hollywood and Bollywood, the number of cinemas available from Nollywood are very few.” (Ikechukwu Obiaya)

La relación entre *Nollywood* y las salas de cine es inversa a lo que han ido marcando las tendencias mundiales ya que, mientras se experimentaba un paulatino cierre de salas en la mayoría de contextos, en Nigeria desde el año 2004 han ido surgiendo nuevos espacios *multiplex*. La cuota de pantalla de estas nuevas o renovadas salas de cine continúa dominada por películas extranjeras, aunque los contenidos de Nollywood están cada vez más representados y se promocionan estrenos con los actores y actrices más relevantes. En este caso, parece que el hecho de llevar estos contenidos al cine responde a estrategias complementarias de marketing más que al hecho de que la sala de cine se considere una ventana de exhibición relevante.

“The number of cinemas in Nigeria is ridiculously low. Something need to be done about it. Nollywood practitioners see the cinema owners as very exploitative.” (Alex Eyengho)

Tal y como nos plantean Obiaya y Eyengho, las pantallas de cine en Nigeria continúan en un número muy bajo a pesar del crecimiento de los últimos años. En este sentido, los comentarios de Beatriz Leal complementan esta información apuntando que la reapertura de cines y la creación de nuevos espacios multiplex en los últimos años se corresponden con un perfil social de alto poder adquisitivo y la cuota de pantalla es mayoritariamente extranjera.

“Hay un crecimiento económico de una etapa de clase media-alta exponencial en los últimos años en Nigeria, y está exigiendo este tipo de experiencia de ocio. Se están construyendo multicines para este tipo de poblaciones.” (Beatriz Leal)

Atendiendo al proceso de exhibición en el entorno de Bollywood, nos encontramos con la misma reflexión entre los expertos entrevistados, apoyada por autores como Kanori y Punathambe (2008), que hablan de las salas de cine como principal ventana y principal tendencia en relación a los hábitos de consumo de los espectadores de India.

“En la India, el modelo principal sigue siendo la exhibición en salas de cine. Los esfuerzos en Internet continúan sin mucho éxito, sólo se ve como algo lejano. (...) [El modelo de exhibición] está compuesto por muchos empresarios que operan bajo sus propios términos. Las películas estrella son las de los grandes presupuestos, que tienen fácil distribución y exhibición.” (Aparajit Shukla)

En el caso de Estados Unidos, sucede que la exhibición en la sala de cine continúa siendo una de las ventanas principales a pesar del auge de las plataformas VOD en los últimos años. El escenario de convergencia ha provocado cambios estructurales en el paradigma del negocio cinematográfico,

tal y como hemos visto en anteriores epígrafes; sin embargo, debido a la estructura de este mercado la exhibición en salas de cine sigue ostentando cifras relevantes para la industria. Jose María Álvarez Monzoncillo, en la entrevista realizada en 2015, al cuestionar la relación entre Internet, distribuidores y exhibidores, señala la pérdida de poder de la cadena y la *piratería* como hechos determinantes en el planteamiento de los nuevos modelos.

“El control lo han perdido; el control de lo que se ve y en estas ventanas, en estos timings, ésto se está cuestionando. ¿Por qué hay ahora más desestabilización?, la piratería, yo creo que, ha hecho daño. No hay más que preguntar a la gente. Se obta por ver una película pirata en lugar de ir al cine o comprar o alquilar un DVD, es una obviedad... (...) Las taquillas eran de 1000 millones de euros y ahora estamos en 500...algo ha caído, ¿no?” (Jose María Álvarez Monzoncillo)

Recapitulando, se puede observar el análisis realizado de las entrevistas a expertos en relación a la producción, distribución y exhibición en las principales industrias cinematográficas correspondientes a los países de Nigeria, India y Estados Unidos, poniendo el foco en sus centros de producción denominados Nollywood, Bollywood y Hollywood. Se ha tratado de resaltar los datos más significativos obtenidos en dichas entrevistas exponiendo las citas textuales que los autores aportaron añadiendo y subrayando los capítulos expuestos anteriormente.

7. 3. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LOS PRINCIPALES MODELOS DE PRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA EN EL PERÍODO 1995 - 2015: ESTADOS UNIDOS, INDIA Y NIGERIA.

En capítulos anteriores se ha realizado una exposición de las características principales de los modelos de producción cinematográficos de las industrias de Nigeria, India y Estados Unidos. Tal y como se definió en la metodología, la información recogida procede del análisis de fuentes secundarias y de fuentes primarias, a través del trabajo de campo realizado mediante entrevistas a expertos.

Los resultados de estos análisis complementarios han permitido conocer las diferentes realidades de dichas industrias y, de esta forma, valorar sus rasgos significativos de forma comparada. Atendiendo a las distintas variables de análisis establecidas y a las diferentes áreas conceptuales planteadas, se ha diseñado una tabla comparativa con este contenido.

En los capítulos relativos a la metodología, así como en los epígrafes dedicados a describir el cine en Nigeria que articula la temática central de la investigación, el período de tiempo seleccionado para establecer el análisis comparativo está comprendido entre el año 1995 y el año 2015.

Nollywood surgió en el año 1992 y comenzó a expandirse rápidamente. A partir del año 1995 ya existen diferentes instituciones y empresas que nos permiten traducir la singularidad de este mercado a cifras aproximadas, asumiendo que existe gran cantidad de información discriminada debido a la informalidad de los primeros años y la inexistentes infraestructuras o tejido empresarial. Es por ello que se escoge este período concreto para establecer el rango de estudio.

A continuación se expone en forma de tabla el análisis comparativo llevado a cabo a partir de las variables y fuentes señaladas:

1995 - 2015	INDIA	NIGERIA	ESTADOS UNIDOS
PRODUCCIÓN	- 683 < 1907 largometrajes	- 254 < 1905 largometrajes	- 370 < 819 largometrajes
EMPRESAS DISTRIBUIDORAS	- Actividad comercial estándar para cines y ventanas adicionales (sin estimación)	- Actividad comercial para cines. (estimado +- 100) - Distribuidores independientes (estimado +- 3000)	- Actividad comercial estándar para cines y ventanas adicionales (estimado +- 140)
NÚMERO DE PANTALLAS	- +-11.000 < 13.400	- +- 100 (estimado)	- 7.421 < 40.547
ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL	- Ámbito privado y organización horizontal. - Muchas empresas. - Economía de escala.	- Ámbito privado y organización horizontal. - Muchas empresas.	- Integración vertical. - Pocas empresas: <i>majors</i>
VALORACIÓN ECONÓMICA	- 500 < 1.500 mill. USD	- 5.000 < 10.000 mill USD	- 200 < 400 mill USD
PERFIL TECNOLÓGICO DEL SECTOR	- Lento proceso de conversión. - Sólo afecta a la distribución por el momento.	- Producción y distribución digital. - Importante presencia de cine <i>online</i> .	- Producción y distribución digital. - Innovación. - Muchos recursos.
VENTANAS DE EXHIBICIÓN	- Salas de cine. - Televisión	- Distribución y exhibición digital. - Venta directa en DVD. - Plataformas VOD	- Salas de cine. - DVD. - Televisión de pago. - Televisión en abierto. - Plataformas VOD
PERFIL DE LA EXHIBICIÓN Y LA AUDIENCIA	- Preferencia por los contenidos nacionales. - Estrategia antiimperialista. - Censura y proteccionismo.	- Consumo rápido. Continuos lanzamientos de novedades. - Historias autóctonas.	- Estrategia cualitativa y experiencial.
ÁREAS GEOGRÁFICAS DE INFLUENCIA	- Asia. - Norte de África.	- Ámbito nacional y diáspora. - Ghana, Benin, Estados Unidos e Inglaterra.	- Muchos territorios: estrategia global.

Al comparar los centros de producción de Nigeria, India y Estados Unidos, denominados Nollywood, Bollywood y Hollywood respectivamente, encontramos una similitud demográfica de gran importancia que determina, en parte, el alcance de las cifras que manejan sus industrias cinematográficas. Nigeria, con aproximadamente 190 millones de habitantes, la India con 1,364 millones, o Estados Unidos con más de 327 millones, son países con la mayor densidad de población en sus respectivas áreas de influencia.

Este hecho es la primera de las características que va a determinar la capacidad de producción y consumo audiovisual que sitúa a estos países en las tres primeras industrias cinematográficas a nivel mundial. Tal y como indica Haynes (2007), Nollywood y Hollywood tienen en común la capacidad de rentabilizar los productos audiovisuales con su consumo nacional; esta lógica mercantil también aplicable al contexto de la India, permite a estos países conseguir beneficios con el comercio interno, haciendo comparables sus modelos de negocio cinematográfico.

Producción

Según podemos observar en la tabla comparativa, las cifras relativas a la producción representan el número menor y el número mayor de largometrajes producidos en el país correspondiente dentro del período seleccionado. De esta forma, el año de menor producción de India fue el año 1996 con 683 largometrajes y el año de mayor producción coincide con 2015, con 1907 películas. En el caso de Nigeria, el año de menor producción fue 1996 con 254 películas, y el de mayor fue 2005 con 1905. Estados Unidos contabiliza 370 largometrajes en 1995, el año de menor producción; y 2011 es el mejor año con 819 películas. La tendencia en los tres mercados ha sido a la alza con un crecimiento constante.

Durante el período seleccionado, la India se ha mantenido como líder mundial en la producción de largometrajes, siendo superada por Nigeria en ocasiones puntuales. Nigeria se sitúa como segundo productor mundial de películas desde los años 2000 y Estados Unidos se mantiene entre la segunda y la tercera posición.

En el gráfico que se muestra a continuación se puede observar el número de largometrajes realizados y la evolución de la producción en cada uno de los países durante los años de referencia para el período de tiempo seleccionado:

Número total de largometrajes producidos en el año de referencia

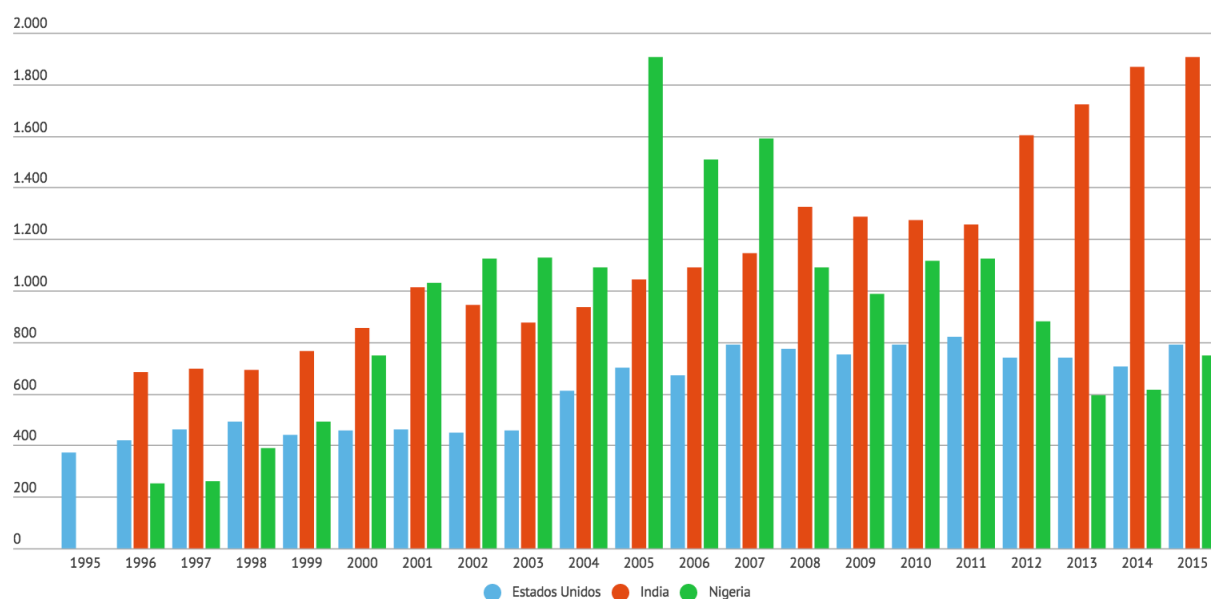


Ilustración 9 Elaboración propia. Evolución de la producción en Estados Unidos, India y Nigeria en el período 1995 - 2015. Fuente: Instituto de Estadística de la Unesco, Observatorio Audiovisual Europeo y NFVCB de Nigeria.

La producción en la India tiene un crecimiento estable mientras en Estados Unidos se mantiene en torno a un punto de equilibrio con pequeños altibajos. En Nigeria es donde se observa mayor irregularidad en cifras de largometrajes realizados. A partir de los años 2000 se produce un crecimiento exponencial que casi llega a duplicar las cifras de años anteriores y se sitúa en torno a los 1.000 títulos. En 2005 se alcanza el punto álgido de la producción con 1905 películas aprobadas por la NFVCB. Estas fechas coinciden con la aparición de las plataformas de vídeo *online*. A pesar de que hay un importante receso en el período comprendido entre 2010 y 2015, la producción nigeriana se mantiene estable por encima de las 700 películas anuales.

Empresas distribuidoras

En el caso de las empresas de distribución, las cifras son confusas. Se han consultado como fuentes principales el Instituto de Estadística de la Unesco y el Observatorio Audiovisual Europeo y no figuran datos sobre el número de empresas de distribución que desarrollan su actividad en la India. La estimación que otorga el IEU para la distribución nigeriana está en torno a 100 empresas y la actividad de las mismas está valorada en función de la comercialización de películas para salas de cine. La información del número de empresas y agentes independientes que ejercen el negocio de la distribución de las películas de Nollywood no estaría contemplado en estas cifras. La NFVCB estimaba este número alrededor de 3000, pero autores como Miller (2016) o Sacchi (2010) hablan de más de 20.000 puntos de venta, así como de la imposibilidad de traducir Nollywood en números reales.

Número de pantallas

En relación al número de pantallas, Estados Unidos es el país líder con 40.547 en el año 2015. A pesar de la renombrada crisis del cine, lo cierto es que el número de pantallas ha ido en aumento desde finales de los años noventa creciendo constantemente con algunas fluctuaciones. Entre la primera y la segunda década de los años 2000, el crecimiento tuvo un incremento mucho menor que en los años precedentes.

Esta época coincide con el incremento en la penetración de Internet y el inicio de las plataformas de VOD, *smartphones* y televisiones inteligentes. Y es precisamente en este período en el que, además del lento crecimiento del parque de salas de cine, encontramos algunos años con descensos importantes.

En el caso de la India este número ha ido en descenso desde los años 2000, momento en el que se situaba en torno a las 13.000 pantallas, hasta las aproximadamente 11.000 que tiene a día de hoy. Nigeria plantea un escenario curioso ya que el Observatorio Audiovisual Europeo contabilizaba 23 cines en el país en el año 2013 con una previsión de doblar esa cifra en 2017. Por su parte, el Instituto de Estadística de la Unesco, sitúa alrededor de 100 las pantallas disponibles en Nigeria. Aunque no en relación proporcional al número de películas que se producen en el país, las salas de cine han aumentado en los últimos veinte años. Las películas de Nollywood sólo se estrenan en cines de forma ocasional, sin embargo, se puede interpretar este crecimiento con la tendencia que este fenómeno ha generado en torno al cine.

Organización industrial

En relación a la organización industrial, los tres centros de producción analizados desarrollan su actividad en un entorno mayoritariamente privado. En los tres casos existen ayudas o apoyos gubernamentales de algún tipo con mayor o menor escasez de recursos, pero la financiación procede prioritariamente de iniciativas privadas.

En el caso de la India, el planteamiento de la industria cinematográfica responde a una economía de escala en la que encontramos amplia oferta y amplia demanda de forma constante. De forma similar encontramos una organización horizontal en la cinematografía nigeriana, que en este caso responde a una cuestión de oportunidad dadas las características de informalidad de los años iniciales del fenómeno de Nollywood. Estados Unidos, y concretamente en el entorno de Hollywood, la organización industrial es vertical y responde a una profunda jerarquía de conglomerados empresariales que ejercen su actividad a través de la cadena de valor en la distribución y exhibición. Las denominadas *majors*, las grandes empresas que operan en el negocio del cine estadounidense y mundial, continúan aglutinando la mayor parte de la producción, distribución y exhibición, aunque sus números se han visto reducidos en los últimos años a expensas de una realidad cambiante.

En los primeros años en los que se formó la industria cinematográfica a nivel mundial, en Estados Unidos, muchos agentes entraban y salían constantemente una vez accedían a la tecnología que en aquellos tiempos permitía llevar a cabo la grabación de las primeras películas de la historia. Según se fue profesionalizando el oficio cinematográfico y se fue haciendo más complejo técnicamente, cada vez eran necesarios más recursos para introducirse en el negocio. (Barrot, 2008)

Esta misma lógica se puede observar en los inicios del cine de Nollywood; una vez dado el acceso a las tecnologías de grabación y reproducción de vídeo se produce una democratización de este medio que permite la realización de películas con pocos recursos. Este hecho provoca la aparición de muchos productores y se va generando una demanda constante al albor de los primeros éxitos nigerianos en vídeo, tal y como indican diferentes autores como Ben Ebelebe (2017), Miller (2016), o según se ha recogido en las entrevistas con Obiaya, Eyengho o Sacchi.

De esta forma, el mercado nigeriano responde a una estructura horizontal debido a la oportunidad e informalidad de la primera época de actividad, diferenciándose de la estructura vertical de la India, que en este caso responde a una lógica de oferta y demanda extremadamente amplia en un mercado estructurado.

Valoración económica del sector

La valoración económica estimada de cada una de las tres industrias analizadas es extremadamente diferente, a pesar de que las cotas de producción si resultan términos comparables. En este sentido, Estados Unidos destaca sobre las demás, así como destaca también a nivel mundial siendo la industria cinematográfica con más peso financiero del mundo. La lógica de este mercado es muy compleja ya que, como se ha expuesto en capítulos anteriores, los agentes que intervienen en esta valoración se extienden más allá de la actividad cinematográfica propiamente dicha.

Hoy en día, las *majors* de Hollywood tienen participaciones en diversas industrias tangenciales como empresas tecnológicas, réditos procedentes de la actividad publicitaria, música y productos asociados, entre otros. Atendiendo sólo a los ingresos que derivan directamente de la taquilla, el Observatorio Audiovisual Europeo estima el mercado del cine estadounidense entre 5.000 y 10.000 millones de dólares durante el período indicado.

En el caso de la India ocurre algo similar ya que, según se ha averiguado a través del trabajo de campo y a través de las investigaciones y libros consultados, una de las ventanas más importantes es la comercialización de la música de las películas y los ingresos de publicidad asociados al importante *star system* de Bollywood. Entre 1995 y 2015, el sector cinematográfico en la India estaba valorado entre los 500 y los 1.500 millones de dólares.

La valoración económica de la industria nigeriana plantea muchos interrogantes, sobre todo, en los primeros años de actividad. A partir de los años 2000, el rendimiento económico de Nollywood empieza a situarse alrededor de los 250 millones de dólares (Sacchi, 2010), pero dadas las inyecciones de capital extranjero en 2011 con la llegada de las plataformas de VOD y las ayudas gubernamentales de la última década, estimaciones más recientes hablan casi del doble.

Perfil tecnológico del sector

En relación al perfil tecnológico del sector encontramos que los tres modelos analizados son sustancialmente distintos en sus enfoques de reconversión tecnológica. En la India, la transición hacia el cine digital y el mercado online es mucho más lenta que en Nigeria y Estados Unidos. Este último se encuentra en un importante porcentaje de digitalización de la producción, la distribución y la exhibición. Dispone de muchos recursos y está a la vanguardia de la innovación en soluciones técnicas y tecnológicas que están cambiando el mercado audiovisual.

Por su parte, Nigeria, ha desarrollado la producción y la distribución digital afrontando esta reconversión como una oportunidad. Dado el modelo de producción y comercialización en vídeo y DVD precedente, los contenidos de Nollywood se han estructurado sobre la base del consumo en nuevos dispositivos y a través de la red.

Ventanas de exhibición

La ventana de exhibición clásica de la sala de cine está siendo sometida a debate desde que se habla de una crisis en el sector. La llegada de Internet, las descargas ilegales, las nuevas plataformas de distribución de VOD, así como los nuevos hábitos de consumo que acompañan a los nuevos dispositivos, han provocado una pérdida de espectadores en las salas de cine y una migración hacia otros consumos audiovisuales más asequibles en muchos países. Sin embargo, este proceso en el entorno de la convergencia mediática, no resulta igual para todo el mundo.

En los países analizados las ventanas de exhibición principales son diferentes: En la India, la sala de cine es el medio principal; además de ser una de las principales fórmulas de ocio del país, existe una situación de oferta y demanda cinematográfica muy amplia en un contexto de gran densidad demográfica con un flujo de consumo constante y estable. En Estados Unidos, la ventana de exhibición principal también es la sala de cine, pero en el contexto americano, esta situación está en descenso con cifras relevantes y ante el auge de nuevas plataformas *online* de distribución y exhibición.

En ambos casos, tanto en India como en Estados Unidos, el ciclo de vida del producto audiovisual pasa de la sala de cine a la venta directa en DVD y televisión de pago, una vez agotada esta vía se pasa a la televisión en abierto y a las plataformas de VOD. En Nigeria, el ciclo de vida del producto audiovisual es más corto, pero también es menor la inversión y, consecuentemente, el tiempo necesario para rentabilizarla.

En los últimos años, la pujante realidad del cine *online* y la existencia de medios que tienen importantes cuotas de mercado y comunidades de espectadores / suscriptores, están provocando una transformación de esta lógica de ventanas de exhibición y, de esta forma, surgen nuevos modelos y tiempos en la comercialización de los productos audiovisuales.

En el contexto nigeriano, la sala de cine es y ha sido siempre un hecho anecdótico para las películas de Nollywood. Este tipo de cine surgió basado en la venta directa en DVD en mercados y lugares especializados y más tarde en los canales de televisión satélite. Ante la aparición de las primeras plataformas de vídeo, la industria cinematográfica empezó a utilizar la distribución digital pasando a ser exhibidores principales el ordenador y la pantalla móvil. A pesar de un serio problema con las descargas ilegales de contenidos igual que en todos los sectores culturales a nivel mundial, Nollywood ha expandido su negocio en la red a través de múltiples plataformas VOD y ha agregado ventanas de exhibición adicionales en la etapa denominada New Nollywood, vendiendo estos contenidos fuera de sus canales habituales. Así, se pueden ver algunos de estos contenidos en plataformas transnacionales como Netflix.

Perfil de la audiencia

El perfil de audiencia de las cinematografías analizadas es similar en cuanto al proteccionismo nacional bajo el que operan los tres mercados. Sin embargo, dicho proteccionismo responde a planteamientos conceptuales diferentes.

En el caso de la India, el elevado porcentaje de consumo nacional se debe a la censura que impide la entrada de muchas películas extranjeras que no superan el código moral; y también, a una tendencia antiimperialista, bastante común en los países independizados en la segunda mitad del siglo XX, que favorece la distribución de contenidos autóctonos.

En Nigeria, muchos autores atribuyen la rápida propagación de las películas de Nollywood y la creación de esta industria al desarrollo de historias propias y en lenguajes autóctonos. La singularidad de este tipo de contenidos, provocó una fuerte demanda de los mismos en su momento generando una tendencia que se expandió de forma exponencial alentada también por la

propagación en la diáspora, donde surge la plataforma VOD más importante, IrokoTv, cuya actividad es igual de relevante en cifras de contenidos y usuarios que las plataformas líderes a nivel mundial. En palabras de su creador, Jason Ngoku, IrokoTv ostenta la segunda posición después de Netflix, que se ha posicionado como la plataforma más importante a nivel internacional.

En Estados Unidos, la combinación de estrategias proteccionistas y de expansión, garantizan la facilidad de la distribución de las películas de Hollywood en todo el mundo y especialmente en occidente, a la vez que se dificulta el acceso a películas extranjeras en su territorio.

La organización industrial integrada y vertical americana provoca que las grandes corporaciones gestionen los productos audiovisuales con grandes recursos y orientados a que el ciclo de vida de los productos sea lo más duradero posible.

De esta forma, y con el objetivo de solapar la pérdida de audiencia en las salas de cine, las películas de Hollywood han trabajado en diferentes líneas estratégicas, como por ejemplo, el desarrollo de sagas cinematográficas que asegura los nuevos estrenos constantes y otorga nuevas reposiciones a las partes anteriores; las grandes campañas de marketing; la experiencia única y sensorial del cine en 3D; o el lanzamiento simultáneo en diversos países para aliviar los efectos de las descargas ilegales.

En este sentido, el negocio cinematográfico de Estados Unidos es la realidad más compleja de las analizadas ya que inciden muchos más factores para la puesta en circulación de los productos audiovisuales debido a un paradigma de hábitos de consumo cambiante. Sin embargo, es común a las tres realidades el perfil de la audiencia múltiple, sustentado por un fuerte consumo nacional y una arraigada expansión internacional. La conjunción de estos factores es lo que permite a las tres industrias mantener la estabilidad de sus mercados.

Áreas geográficas de influencia

Los tres países analizados a partir de sus principales centros de producción cinematográfica, India, Nigeria y Estados Unidos, tienen en común que son las regiones más pobladas de sus respectivas áreas geográficas. La confluencia de una población extensa facilita la articulación de un mercado estable para el desarrollo de películas de temáticas propias del país y en lenguajes autóctonos.

Las películas de Bollywood se distribuyen en todo el país, en los países limítrofes y en el norte de África principalmente. El código de censura que se aplica en determinados países es superado sin problema por este tipo de películas; y viceversa, ocurre lo mismo con ciertos contenidos procedentes de la región del Magreb y África Subsahariana que son distribuidos en países asiáticos. Tal y como expone Haynes (2007), existe una retroalimentación e inspiración entre el cine de Bollywood y el cine de la zona de Kanno, área con población predominantemente musulmana situada en el norte de Nigeria.

En el caso de Nollywood, los contenidos son principalmente para consumo interno y de la población nigeriana migrante en la diáspora. En relación a su expansión internacional, países cercanos como Ghana, Benin o Sierra Leona, también absorben una gran cuota de distribución de este tipo de cine, llegando a replicar el modelo de producción y aspecto estético, dando lugar a centros de producción similares que engrosan el mercado. Debido al reparto poblacional de la migración nigeriana, existe un arraigado consumo de las películas *nollywoodienses* en Reino Unido o Estados Unidos que, además, ha ido en aumento desde la aparición de las plataformas de VOD.

La cinematografía de Estados Unidos analizada a partir de los contenidos procedentes de Hollywood, responden a una estrategia global y sus películas están presentes en la inmensa mayoría de pantallas del mundo. Su principal área de influencia es occidente, especialmente Europa y América Latina, aunque podemos encontrar los últimos éxitos en cualquier sala de cine de cierta

envergadura en cualquier país del mundo. La estrategia global contribuye a alargar el ciclo de vida del producto audiovisual. La llegada de Internet ha provocado que se empiece a hablar de reestructuración del modelo de negocio cinematográfico actual debido a los nuevos agentes que han entrado en el mercado. Plataformas como Netflix, HBO o Hulu, además de actuar como distribuidores y usar la pantalla del ordenador, del móvil o de la *smart tv* como exhibidor, protagonizan esta conversación sobre los nuevos caminos al empezar a actuar también como productores.

Este mismo proceso está ocurriendo con la plataforma IrokoTv que a través de otras divisiones como Rok y RokTV está trabajando en la producción de contenidos propios para sus propios medios, para televisión y publicidad.

CAPÍTULO IV:

CONCLUSIONES

8. VERIFICACIÓN / REFUTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

En el cuarto capítulo de la investigación se planteaba la hipótesis principal en relación al objeto de estudio seleccionado. De esta forma, se aportaba una breve descripción del fenómeno cinematográfico de Nollywood y sus características esenciales con la idea de establecer posteriormente los puntos de interés que han confluído para que la creación de esta industria sea posible.

En este sentido, nos hacíamos las siguiente pregunta: **¿cómo ha sido posible este fenómeno y que características han hecho posible este desarrollo?**

Para resolver esta cuestión, se exponían una serie concatenada de factores que podrían explicar dicho desarrollo. Estos factores están basados en diferentes dimensiones o enfoques que articulan la hipótesis planteada.

- **Dimensión técnica:** La facilitación y democratización tecnológica a través de la llegada del vídeo doméstico y la cámara digital a finales de los años ochenta.

Verificación: Todos los autores recogidos durante la investigación y los expertos consultados en el trabajo de campo señalan la introducción del vídeo digital como factor principal y determinante para el desarrollo de Nollywood. El acceso a fórmulas de grabación asequibles por parte de los productores de película, a sistemas de reproducción domésticos y a la compra de películas por parte de la población con bajo poder adquisitivo, provocó un entorno favorable para el crecimiento de este mercado cinematográfico.

- **Dimensión demográfica:** Siendo el país más poblado de África, Nigeria tiene una población de aproximadamente 193 millones de personas que aseguran un índice de consumo regular de la producción cinematográfica.

Verificación: La cuestión demográfica es un factor de gran relevancia y es un rasgo significativo de los mercados cinematográficos asentados, tal y como es el caso de los países comparados. Así, la demanda de producción cinematográfica nacional se ve espoleada por una fuerte demanda potencial.

- **Dimensión artística:** Dentro de la dimensión artística y de contenido de los productos audiovisuales africanos, también es considerada como una clave y pieza fundamental la patente necesidad del cine africano de reclamar un espacio para contar historias propias.

Verificación: Al considerar la dimensión artística, el contenido y los géneros principales de Nollywood, se puede observar que la estética de estas películas y los escasos recursos de las primeras producciones tienen más en común en el plano narrativo con las grabaciones de teatro yoruba que con el lenguaje audiovisual propiamente cinematográfico. Investigadores y expertos entrevistados atribuyen mayor importancia al hecho de contar historias propias que a la estética de las películas que, a su vez, han ido incrementando los recursos expresivos y el lenguaje audiovisual. La opinión generalizada versa sobre cómo suplir la falta de recursos con historias autóctonas e idiomas propios como el hausa, el yoruba y el igbo y, además, autores como Haynes (2007) también destacan la predisposición de la audiencia al cine de Nollywood a partir de estas influencias precedentes de las grabaciones teatrales.

- **Dimensión social:** el tipo de ocio, la concepción familiar nigeriana y la ausencia de seguridad en el país, especialmente durante los años ochenta y noventa, han llevado a los nigerianos a alejarse de las salas de cine en esta época, así como de las películas americanas y extranjeras sólo exhibidas en estos cines.

Verificación / refutación: En cuanto los hábitos de consumo audiovisual de la población que demanda los contenidos de Nollywood, la información obtenida durante la investigación determina que la tradición cinematográfica en Nigeria ha sido especialmente relevante antes y después de la independencia del país, situando a los nigerianos como ávidos consumidores de cine. La época en la que tienen lugar el inicio y desarrollo de Nollywood coincide con la crisis del petróleo y un clima de inseguridad generalizado en todo el país. Por este motivo, muchos espacios destinados al ocio, como las salas de cine, entraron en recesión. A pesar de que muchos espectadores buscaban alternativas de ocio en el ámbito doméstico, los autores estudiados aluden mayor importancia a la capacidad tecnológica del momento (grabación en vídeo y reproducción doméstica) que a la vinculación entre las salas de cine y la demanda de películas. Desde sus inicios, Nollywood se distribuyó en vídeo y DVD y la estrategia de expansión no contemplaba las salas de cine como ventana de exhibición relevante. De hecho, en la última década, se han creado nuevos espacios de ocio multiplex y se han reabierto salas de cine al hilo de la tendencia y atención mediática que ha supuesto la nueva industria de cine nigeriana. Sin embargo, las cuotas de pantalla siguen dominadas por películas extranjeras (sobre todo estadounidenses de gran distribución) y la proyección de películas de Nollywood en cine es ocasional. Por estas razones no es concluyente establecer una relación causal entre el cierre de salas de cine y el auge del consumo de estos productos audiovisuales.

9. CONCLUSIONES

Desde los inicios del cine, en 1895, hasta nuestros días, las diversas industrias culturales de cada país se han preocupado por promover la actividad cinematográfica como parte de la forma de expresión cultural de los pueblos, como vehículo para la difusión de ideas y como medio para articular la relación dialéctica entre la creación artística en el entorno audiovisual y el espectador consumidor de cultura y entretenimiento. Esta preocupación compartida se traduce también en las posibilidades mercantiles que implica dicha actividad que, dentro del mundo de las artes, es una de las industrias más complejas debido a la cantidad de profesionales que intervienen en el proceso de creación de una película.

Para entender la importancia y relevancia de la cinematografía en todas sus dimensiones y su papel como catalizador de identidad sociocultural, en una primera instancia, hemos realizado un recorrido por la historia de la cinematografía mundial. De esta forma, desde los orígenes, con los primeros cinematógrafos, hasta el momento actual en medio del debate surgido a raíz de los nuevos modelos de consumo audiovisual en la era digital, observamos como la política, la sociedad, la tecnología y las transformaciones industriales han tomado parte activa en la definición del cine. Percibimos la actividad cinematográfica como el producto de tres procesos concatenados que aportan la estructura del modelo de negocio en el cine: la producción, la distribución y la exhibición. Estos conceptos esenciales en la formulación de la investigación, son el punto de partida para el análisis de los modelos de producción y las transformaciones industriales que han hecho posible la evolución de las cinematografías más prolíficas.

Comprender el panorama actual del cine supone acudir a su origen y observar cómo surge y se va desarrollando la actividad cinematográfica. En un primer momento, el esfuerzo de muchas personas fascinadas por el nuevo medio y repartidas por toda la geografía mundial hace posible el desarrollo comercial del acto o experiencia de visualizar películas y, al mismo tiempo, se vislumbran las posibilidades artísticas de este nuevo lenguaje.

El paso del tiempo, las innovaciones tecnológicas y la evolución de la sociedad hicieron que el cine se convirtiese en una de las fórmulas de ocio principales en todo el mundo y que fuese creciendo como industria. El primer cine mudo supuso una globalización de la distribución de películas que contribuyó a afianzar la estructuración del sector. Más tarde, con la llegada del sonido y el color, los modelos de producción y comercialización cambiaron aportando singularidad a cada territorio en las particulares concepciones de creación cinematográfica. La llegada de la televisión transformó el consumo audiovisual y alteró el rumbo del cine, obligado a compartir espectadores con la nueva pantalla. Comenzó a extenderse la rentabilidad de los productos audiovisuales más allá de la sala de cine en un proceso que se vio reforzado con la llegada de los reproductores de video y DVD domésticos, así como los nuevos métodos de producción, distribución y exhibición digital.

Avanzando en las transformaciones industriales que trastocaron los modelos de negocio, llegamos hasta el momento actual en el que se ha desarrollado el cine *online* y nos encontramos inmersos en un contexto de convergencia mediática donde los nuevos hábitos de consumo y las múltiples pantallas disponibles plantean un escenario de debate sobre el nuevo paradigma audiovisual.

La investigación comenzaba exponiendo los orígenes de la actividad cinematográfica en el continente africano de la mano de Ousmane Sembène. A pesar de que el cine estuvo presente en los diversos países de África desde principios del siglo XX, no se puede hablar de películas ideadas y realizadas por autores y cineastas africanos hasta el momento en el que se concluyen los procesos de independencia.

Debido a las diferencias en **los procesos de descolonización** de cada uno de los países de África, no todos los territorios abordaron de igual forma el desarrollo de la cinematografía, teniendo especial relevancia en este sentido quiénes habían sido los colonizadores, lo cuál definió unos contextos diferentes para los entornos anglófonos y francófonos.

Los países del **área francófona** tuvieron una relación con el cine mucho más enfocada al cine arte o cine de autor y el modo de producción de estos países respondía a un modelo subvencionado y dependiente. Una vez consiguieron emanciparse de la dominación cultural audiovisual foránea para posicionarse en el papel de creadores, los cineastas africanos tuvieron que revisar sus referentes e influencias para adueñarse de su imagen proyectada dentro y fuera de sus fronteras.

En los **países anglófonos**, como es el caso de Nigeria, que se independizó de Reino Unido en 1960, el período colonial había dejado un **fuerte poso de interés por el cine**, así como un tejido de infraestructuras y profesionales del medio audiovisual que repartían su actividad entre la televisión y una modesta cinematografía. El objeto de estudio propuesto, centrado en la actividad cinematográfica de Nigeria a partir de los años noventa y el tipo de cine que proviene de su centro de producción principal en la ciudad de Lagos, denominado **Nollywood**, tiene su origen, desarrollo y asentamiento en una serie de **factores técnicos, artísticos, demográficos y sociales**, cuestionados a través de la hipótesis de partida de nuestro estudio.

La implicación de estos factores en la conformación de este fenómeno de la producción audiovisual contemporánea, es lo que se ha tratado de verificar o refutar a través de la información obtenida mediante la revisión de fuentes documentales y el trabajo de campo.

Nollywood, entendido como fenómeno asociado a la actividad cinematográfica, comienza a acaparar el interés internacional en la primera década de los años 2000, cuando se posiciona como el segundo productor mundial de películas. En aquel momento, y también en la actualidad, los tres principales países son la India, Nigeria y Estados Unidos, y es a raíz de esta circunstancia donde comienza nuestra reflexión sobre cómo se ha desarrollado el modelo concreto de Nigeria a partir del vídeo y qué diferencias y similitudes comparten estos tres países en relación a sus modelos de producción cinematográfica.

El cine de Nollywood se define en virtud de una serie de singulares parámetros que articulan su producción, distribución y exhibición. **La producción responde a la confluencia de múltiples actores en el mercado, que trabajan a un ritmo rápido y constante**, con bajos presupuestos y muchas limitaciones técnicas. **La distribución se realiza mediante la venta directa al consumidor**, primero en mercados con las películas comercializadas en vídeo y DVD y, actualmente, desde numerosas plataformas VOD, prescindiendo de la exhibición en cines como fuente de ingresos principal, aunque no como fuente secundaria o al servicio de estrategias de marketing.

En 1992 se estrenó *Living in Bondage* (Nnebue, 1992). Según los expertos y estudios sobre el tema, esta cinta supuso el inicio de una prolífica etapa de **creación audiovisual en vídeo**. Utilizando un medio de **distribución informal** basado en la venta directa, se estima que se comercializaron unas 400.000 copias. En los años posteriores, se lanzaron al mercado más títulos del mismo director y productor, Nnebue, así como de nuevos profesionales que asimilaron esta fórmula motivados por la exitosa acogida de los primeros títulos.

Con presupuestos en torno a los diez mil dólares, las películas, grabadas directamente en vídeo tras un rudimentario proceso de montaje y posproducción, se vendían a precios asequibles entre dos y tres dólares. La inversión se recuperaba en estas ventas iniciales durante los primeros días que se ponían las cintas en circulación. Los productores eran conscientes de su incapacidad para reducir los efectos de la "piratería" y daban por hecho que se iba a realizar una distribución ilegal de las películas más exitosas. Trataban de que el ritmo frenético de estrenos jugase a su favor acelerando el mercado de tal forma que la inversión realizada se recuperase rápido para iniciar nuevos proyectos. Cada semana nuevas películas salían al mercado y el ciclo de vida de los productos era acortado como consecuencia de la oferta continua.

Nuevos productores y directores entraban en el negocio cada año y la producción crecía duplicando el número de películas estrenadas. Esta comunidad de creadores empezó a concentrarse en torno al mercado de Idumota, uno de los lugares clave en los inicios del cine nigeriano en vídeo.

Al observar el negocio cinematográfico de Nollywood con más detenimiento, la hipótesis de partida se articulaba en función de varias afirmaciones cuyo contenido se ha comprobado durante la investigación. Con el objetivo de verificar o refutar estas ideas, partíamos de las siguientes afirmaciones para dar explicación al origen y conformación del fenómeno del cine en vídeo de Nigeria, considerando que su desarrollo fue posible debido a:

- La introducción del vídeo y la tecnología digital.
- Las condiciones sociodemográficas que caracterizan Nigeria como el país africano más poblado.
- La exploración artística para la generación de contenidos audiovisuales que satisfagan a los espectadores que demandan productos audiovisuales de creación propia.

- El paulatino cierre de salas de cine debido a la falta de interés por las películas exhibidas (en su mayoría extranjeras) y a la peligrosidad de los principales centros urbanos del país, condujeron a una búsqueda de fórmulas de ocio alternativas y nuevos hábitos de consumo audiovisual.

Efectivamente, **la introducción de las nuevas tecnologías de grabación en vídeo que permitieron abandonar el celuloide, así como los reproductores domésticos y las tecnologías digitales han sido la clave fundamental del desarrollo del cine de Nollywood.** La democratización del medio hizo posible la afluencia de nuevos creadores que ofrecieron películas a un público ávido de cine. El hecho de que Nigeria sea uno de los países más poblados del continente favoreció **la creación de audiencias masivas** que aseguraban la buena marcha del mercado.

El hecho de comparar el cine de Nollywood con las industrias de India y Estados Unidos, a pesar de trabajar directamente en vídeo, abre un debate sobre la consideración de lo que podemos y no podemos denominar cine. **El desarrollo de Nollywood como industria cultural en la forma de concebir la producción de estas películas, la exploración artística de las mismas, así como la relación actual entre el sector y el gobierno nigeriano, nos conduce a pensar que la comparación de los términos seleccionados es pertinente.**

En su dimensión artística y estética, **el cine de Nollywood encuentra sus raíces en el teatro yoruba y en la programación televisiva del período colonial.** En los años setenta, el cine de autor de Nigeria, a través de sus contados ejemplos, también se servía de las mismas influencias. De esta forma, encontramos que la falta de recursos y bajos presupuestos que caracterizan este cine, unido a las formulaciones estéticas precedentes, no supusieron una barrera a la hora de afrontar la creación.

El público nigeriano, acostumbrado a un contexto cinematográfico y televisivo de productos extranjeros, demandaba historias autóctonas y en lenguas propias y es precisamente este hecho el que provocó el crecimiento exponencial del mercado del vídeo.

Lo que se inició en vídeo y más tarde en DVD y que en el momento actual se distribuye en el medio *online*, responde a **una idea de modelo de negocio cinematográfico diferente al paradigma del cine clásico**. Esta estrategia orientada hacia la venta directa fue viable por la coyuntura de dos motivos principales: la capacidad de la población (con medio y bajo poder adquisitivo) de acceder a los reproductores domésticos y el afianzamiento del cine en casa como tendencia de consumo.

Cuando surge el fenómeno de Nollywood, casi todas las cinematografías del mundo, y especialmente Hollywood y Bollywood, ya habían experimentado la evolución hacia las nuevas ventanas de exhibición. Sin embargo, a diferencia de lo ocurrido en Nigeria, estos dos modelos no renunciaban al cine como exhibidor principal. **Durante los años ochenta y noventa, la popularización del vídeo y el DVD, transformó los hábitos de consumo de la población hacia el concepto del cine en casa**. El abandono de las salas de cine por parte del público fue una tendencia que se inició con la llegada de la televisión y terminó de afianzarse con las nuevas tecnologías de esta época.

En el caso de Estados Unidos y de la India, la pérdida de espectadores se compensaba con las nuevas ventanas derivadas de las nuevas pantallas y la sala de cine seguía siendo el ingreso principal en ambos casos. En Nigeria, éstos espacios de exhibición habían perdido espectadores debido a la crisis económica que experimentaba el país y, dada la escasez de los mismos, así como la inseguridad generalizada en todo el país, el ocio se concentraba en los hogares.

Las películas de Nollywood no valoraban las ventanas secundarias como fuente de ingresos adicional, si no que, directamente, el modelo de negocio estableció estos canales como vía principal de financiación. El modelo de gestión y de producción se simplificó para hacer viable una oferta constante de novedades. En estos primeros años, Nollywood era un mercado con múltiples actores, profundamente atomizado y con una estructuración horizontal.

En la época precedente al sistema de estudios y a las *majors* americanas, la industria del cine era un sector en el que era fácil entrar y también salir. La inexistencia de una estructura o especialización del trabajo facilitaba el rápido acceso a pequeños inversores que obtenían rentabilidad rápidamente.

De forma paralela, en los orígenes de la actividad y considerando el lapso temporal entre el inicio de Hollywood y el de Nollywood, esto mismo ocurría **en Nigeria en los años noventa cuando creadores y productores independientes entraban constantemente en el negocio, mientras se iba generando una infraestructura básica que derivaría en la industria cinematográfica actual.** Esta capacidad que en los primeros años de Hollywood era otorgada por la novedad del medio, en Nigeria tiene lugar unida a la **democratización tecnológica, la informalidad del mercado** primigenio que no contemplaba la vía comercial especializada de la sala de cine y al **espíritu creador y artístico latente** que halla una vía de expresión sin límites en esta fórmula cinematográfica.

Las tres cinematografías comparadas, Bollywood, Nollywood y Hollywood, tienen en común las cifras de producción, directamente relacionadas con su capacidad demográfica. De esta forma, observamos que la oferta y demanda audiovisual de los países que más películas lanzan al mercado anualmente, es viable y sostenible en relación directa con su capacidad de consumo interno en primera instancia y, en segundo lugar, en función de su capacidad de internacionalización del producto audiovisual.

Sustancialmente distintas en su forma de organización industrial, los tres ejemplos analizados son primordialmente de financiación privada debido a la capacidad de negocio que el cine representa en los tres contextos.

Una de las cuestiones más interesantes dado el entorno mediático actual econsiste en cómo cada una de las tres industrias ha respondido ante la digitalización de cine y la distribución a través de Internet. Estados Unidos mantiene una posición conservadora. A pesar de tener una de las plataformas de VOD líderes en número de suscriptores a nivel mundial, **los conglomerados mediáticos que forman las *majors* aún se debaten entre los nuevos y los viejos modelos, tratando de no perder su hegemonía.** En el caso de la India, el proceso de conversión es el más lento de los tres observados y está centrado en la distribución, intentando mantener la producción y la exhibición bajo el modelo tradicional de organización industrial horizontal. Nigeria y su centro de producción Nollywood han abrazado Internet como pieza clave en el desarrollo de nuevos modelos de negocio audiovisual y, de esta forma, han creado la segunda plataforma más importante a nivel mundial en distribución de contenidos *online*.

A pesar de los problemas que ha supuesto la digitalización en todos los contextos en relación con el auge de las descargas ilegales de contenidos, el enfoque que se ha dado desde Nollywood al cine digital y al cine *online* resulta muy prometedor al hilo de los nuevos hábitos de consumo y las pantallas múltiples. Los creadores de Nollywood han abierto un interesante diálogo para futuros estudios en relación a la transformación de los modelos de producción y creación audiovisual y las posibilidades abiertas por las nuevas plataformas de contenidos y los medios de comercialización digital.

CAPÍTULO V:

FUENTES DOCUMENTALES

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

METODOLOGÍA

1. Arroyo Menéndez, M. y Sádaba Rodríguez, I. (Coords.), (2012), *Metodología de la investigación. Técnicas innovadoras y sus aplicaciones*, Madrid, España: Síntesis.
2. Báez y Pérez de Tudela, J., (2009), *Investigación cualitativa*, Madrid, España: ESIC.
3. Cea D'Ancona, M. A., (2001), *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*, Madrid, España: Síntesis.
4. Corbetta, G., (2003), *Metodología y técnicas de investigación social*, Madrid, España: Mc Graw Hill.
5. Gaitán Moya, J.A. y Piñuel Raigada, J.L. , (1998), *Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos*, Madrid, España: Editorial Síntesis.
6. Gordo López, A.J. y Serrano Pascual, A. (Coords.), (2008), *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social*, Madrid, España: Ed. Pearson Educación S.A.
7. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., (2004), *Metodología de la investigación*, México D.F, México: McGraw-Hill Interamericana.

HISTORIA DEL CINE Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

8. Augros, J. (2000), *El dinero de Hollywood: Financiación, producción, distribución y nuevos mercados*. Barcelona, España: Paidós.
9. Aumont, J., et al., (1998), *Historia General del cine. Volumen I. Orígenes del cine*. Madrid, España: Cátedra.
10. Aurenburg, G., (2010), *Cinematografías de África. Un encuentro con sus protagonistas*. Las Palmas, España: Ediciones de Casa África.
11. Aurenburg, G., (Coord.) (2007), *Cinematografías África*, Madrid, España: La Casa Encendida.

12. Barber, K., (2000), *The generation of plays: Yoruba popular life in theater*. Bloomington: Indiana University Press.
13. Barrot, P. (2008), *Nollywood, the video phenomenon in Nigeria*. Bloomington, Indiana, Estados Unidos: Indiana University Press.
14. Biskind, P., (2004), *Moteros tranquilos, toros salvajes. La generación que cambió Hollywood*. Barcelona, España: Editorial Anagrama.
15. Bordwell, D., Staiger y Thompson, K. (1997), *El cine clásico de Hollywood: estilo cinematográfico y modo de producción hasta 1960*. Barcelona, España: Paidós.
16. Bordwell, D. y Thompson, K. (1995), *Arte cinematográfico: una introducción*. Barcelona, España: Paidós.
17. Brunetta, G.P. (dir.) (2012), *Historia del cine mundial, Vol. 1, Estados Unidos, Tomo II*, Madrid, España: Ediciones Akal.
18. Caramés Lage, J.L., de Quevedo Revenga, V., Taboada ferrero, C., Zarandona Fernández, J. , (2010), *Pensamiento, magia, literatura y cine en el África subsahariana de influencia inglesa*, Madrid, España: Bohodón Ediciones.
19. Clares Gavilán, J. (coord.) (2013), *Distribución audiovisual en Internet. VOD y nuevos modelos de negocio*, Barcelona, España: Editorial UOC.
20. Comas, A. (2009), *Los fabulosos años del New Hollywood*, Madrid, España: T&B Editores.
21. Cousins, M., (2004), *Historia del cine*, Barcelona, España: Blume.
22. Cuevas, A. (1999), *Economía cinematográfica*, Madrid, España: Imaginógrafo.
23. Dadek, W., (1972), *Economía cinematográfica*, Madrid, España: Ed. Rialp.
24. Diawara, M., (1992), *African Cinema: Politics & Culture*. Bloomington, Estados Unidos: Indiana University Press.
25. Elena, A., (1999), *Los cines periféricos*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.
26. Finler, J.W., (2006), *Historia de Hollywood*, Barcelona, España: Ediciones Robinbook.
27. García Fernández, E. (coord.) et al. (2011), *Historia del cine*, Madrid, España: Editorial Fragua.

28. García Fernández, E. y Sánchez González, S., (2009), *Guía histórica del cine*, Madrid, España. Editorial Complutense.
29. García Fernández, E. et al. (2006), *La cultura de la imagen*, Madrid, España: Editorial Fragua.
30. García Fernández, E., (1998), *Cine e historia*, Madrid, España: Arco Libros.
31. Ganti, T., (2012), *Producing Bollywood: Inside the contemporary hindi film industry*. Durham y Londres, Inglaterra: Duke University Press.
32. Gomery, D., (1991), *Hollywood: El sistema de estudios*. Madrid, España: Verdoux S.L.
33. Gubern, R., (2014), *Historia del cine*, Barcelona, España: Ed. Anagrama.
34. Kanori, A.P. y Punathambe Kar, A., (2008), *Global Bollywood*, Nueva York, Estados Unidos: New York University Press.
35. Krings, M. y Okome, O. (Edit.). (2013), *Global Nollywood, The transnational dimensions of an african video film industry*, Indiana, Estados Unidos: Indiana University Press.
36. Larkin, B., (2008), *Signal and Noise: Media, Infraestructure and Urban Culture in Nigeria*. Durham y Londres, Reino Unido: Duke university Press.
37. Lasica, J.D., (2006), *Darknet. La guerra de las multinacionales contra la generación digital y el futuro de los medios audiovisuales*. Madrid, España: Ediciones Nowtilus S.L.
38. Maingard, J. (2007), *South African National Cinema*. Nueva York, Estados Unidos: Routledge.
39. Márquez, I., (2015), *Una genealogía de la pantalla. Del cine al teléfono móvil*. Barcelona, España: Anagrama.
40. Martínez Abadía, J. y Fernández Díez, F. (2010), *Manual del productor audiovisual*. Barcelona, España: Editorial UOC.
41. Mast, G., (1981), *A short History of the movies*. Indiana, Estados Unidos: The Bobbs-Merril Company.
42. Memba, J., (2008), *Historia del cine universal*. Madrid, España: T&B Editores.
43. Monteverde, J.E. y Riambau, E. (Coords.) (1995). *Historia General del cine, Volumen XI. Nuevos cines, años 60*, Madrid, España: Cátedra.

44. Miller, J. L., (2016). *Nollywood Central*. Londres, Reino Unido: British Film Institute.
45. Orlando, V.K., (2017), *New African Cinemas*, New Brunswick, New Jersey, Estados Unidos: Rutgers University Press.
46. Sazatornil, M. y Alonso, M.C., (2012), *Cine Chino. Breve mirada histórica*. Madrid, España: Imagine Ediciones.
47. Squire, J.E. (2006), *El juego de Hollywood: The movie business book*, Madrid, España: T&B Editores.
48. Tomaselli, K., (2006), *Encountering Modernity: Twentieth Century South African Cinemas*. Sudáfrica: Unisa Press.
49. Trumpbour, J., (2002), *Selling Hollywood to the world*, Londres, Reino Unido: Cambridge University Press.

CAPÍTULOS DE LIBROS

50. Álvarez Monzoncillo, J.M., (1995), Las transformaciones industriales en el cine mundial. En Palacio, M. y Zunzunegui, S. (Coord.), *Historia General del cine. Volumen XII. El cine en la era del audiovisual*. (pp. 11-68) Madrid, España: Cátedra.
51. Elena, A., (1995), La emergencia de los cines africanos. En Monteverde, J.E., Riambau, E.(Coord.), *Historia General del cine. Volumen XI. Nuevos cines, años 60*. (pp. 325-394) Madrid, España: Cátedra.
52. Gomery, D. (2012), El nuevo Hollywood. Las estructuras de producción se renuevan. En Brunetta, G.P. (Dir.) *Historia del cine mundial, Vol. 1, Estados Unidos, Tomo II*, Madrid, España: Ediciones Akal.
53. Jedlowski, A. (2013): From Nollywood to Nollywood: Process of Transnationalization in the nigerian Video Film Industry. En Krings, M. y Okome, O. (Edit.). (2013), *Global Nollywood, The transnational dimensions of an african video film industry*, Indiana, Estados Unidos: Indiana University Press.
54. López Villanueva, J., (2009), Vender vino sin botellas: la producción cinematográfica ante su mutación digital. En Marzal Felici, J. y Gómez Tarín, F.J. (Eds.), *El productor y la producción en la industria cinematográfica*, Madrid, España: Editorial Complutense.
55. Naremore, J., (2012), El *star system* tras la Segunda Guerra Mundial. En Brunetta, P. (dir.), *Historia mundial del cine, Volumen I, Tomo II, Estados Unidos*. Madrid, España: Akal.
56. Oladunjoye, T. (2008), Jumping on the Bandwagon. En Barrot, P. (2008), *Nollywood, the video phenomenon in Nigeria*, Bloomington, Indiana, Estados Unidos: Indiana University Press. (pp. 62 - 69).
57. Quevedo Revenga, V. (2010), Los cines africanos. En Caramés Lage, J.L., de Quevedo Revenga, V., Taboada ferrero, C., Zarandona Fernández, J., (2010), *Pensamiento, magia, literatura y cine en el África subsahariana de influencia inglesa*, Madrid, España: Bohodón Ediciones. (pp. 221 – 281)

ARTÍCULOS CIENTÍFICOS Y DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS

58. Adesokan, A., (2012), Nollywood and the idea of Nigerian cinema. *Journal of African Cinemas*. Vol. 4 (1), pp. 81-98. DOI: http://dx.doi.org/10.1386/jac.4.1.81_1
59. ____ (2014), Visiones de Lagos: urbanismo didáctico en el cine de Nollywood. *Revista Bifurcaciones*. Num. 17, pp. 1-16. Recuperado en: www.bifurcaciones.cl (Revista de la Universidad Católica del Maule, Talca, Chile)
60. Ajibade, B., y Williams, B., (2012), Producing cheaply, selling quickly: the Un-Hollywood Production Paradigm of Nollywood Video Films. *International Journal of Humanities and social Science*, Vol. 2 (5), pp. 203 – 209. DOI: <http://www.researchgate.net/publication/266885631> (Cross River University, Nigeria)
61. Alexander B., (2014) The end of Nollywood's guilded age? Marketers, the state and the struggle for distribution. *Critical African Studies*, Vol. 6 (1), pp. 91-121, DOI: 10.1080/21681392.2014.885784 (University of Edimburgh, UK)
62. Arewa, O., (2012), The rise of Nollywood: Creators, entrepreneurs and pirates. *UC Irvine School of Law Research Paper No. 2012-11*, Recuperado en: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2011980
63. Barrot, P. (2011), La production vidéo nigériane. *Afrique contemporaine*, (2), n. 238, pp. 107 – 121. DOI: 10.3917/afco.238.0107
64. Benney y Hughes (1956). Of sociology and the interview. *American Journal of Sociology*, N°2, Volumen LXII, pp. 137-142
65. Bouka, E., Merkouri, M. y Metaxas, T., (2015), Identifying Bollywood as a crucial factor of India's economic development: A review analysis, *Munich Personal RePEc Archive*, N. 64658, Universidad de Tesalónica. DOI: <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/64658/>
66. Bud, A., (2015), The end of Nollywood guilded's age? Marketers, the state and the struggle for distribution. *Critical African Studies*, Vol. 6 (1), pp. 91-121. DOI:10.1080/21681392.2014.885784
67. Ching, D. (2009). Nollywood. *Photo District News*, Vol. 29(11), p. 43.
68. Clark, M., (2010), Welcome to nollywood. *Home Media Magazine*, Vol. 32(6), p. 25.

69. Crane, D., (2014), Cultural globalization and the dominance of the American film industry: cultural policies, national film industries, and transnational film, *Internacional Journal of Cultural Policy*, Vol. 20 (4), pp. 365-382.
DOI: 10.1080/10286632.2013.832233
70. Elena, A., (2010), Miradas australes: la recuperada historia del cine sudafricano. *Archivos de la filmoteca*, Vol. 64-65 (pp. 238 – 242)
71. ____., (2009), Nollywood Forever. *Archivos de la filmoteca*, Vol. 62 (pp. 12 – 31)
72. Ernest-Samuel, G. C., (2012), E-culture and African Video Films in a Globalized Worl. *African Journals Online. Journal of Art and Humanities*, Vol. 13 (2). DOI: <http://www.ajol.info/index.php/ujah/article/view/84693>
73. Evan Kresta, A., (2015), Nollywood: Rooted in Yoruba. *Cinesthesia*, Vol. 4 (2). Recuperado en: <http://scholarworks.gvsu.edu/cine/vol4/iss2/3>
74. Evuleocha, S. U., (2008), Nollywood and the home video revolution: Implications for marketing videofilm in africa. *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 3(4), pp. 407-417.
DOI:<http://dx.doi.org/10.1108/17468800810906101>
75. Fayomi, O., (2015), Transnational and integrative cultural roles of Nollywood entertainment media in wet Africa: The case study of Benin Republic and Ghana. *International Journal of International Relations, media and Mass Communication studies*, Vol. 1 (1), pp. 34-41 Recuperado en: <http://www.eajournals.org/>
76. Fernández Castrillo, C. (2014), Prácticas transmedia en la era del prosumidor, *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 19, pp. 53-67.
77. Haynes, J., (2009), Nollywood en Lagos, Lagos en las películas de Nollywood. *Archivos de la filmoteca*, Vol. 62 (pp. 72 – 97)
78. _____. (2007), Video Boom: Nigeria and Ghana. *Postcolonial Text*, Vol. 3, N° 2, pp. 1-10.
79. Hussaina Umar, Z., Mustapha, H. y Mahmud Muhamad, H., (2013), Hausa Film Industry (Kannywood) and Culture a Vehicle for Sustainable Development. *Journal of Culture, Society and Development*, Vol. 1, pp. 75 – 78. (Federal College of Education, Yola, Adamawa State, Nigeria).

80. Izquierdo Castillo, J. (2010), La distribución en el contexto cinematográfico: la consolidación de la hegemonía de Hollywood. *Área Abierta*, n. 27 (Noviembre). DOI: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/29970/46892.pdf>
81. Künzler, D., (2009), El caso de la industria nigeriana del vídeo ("Nollywood"). *Archivos de la filmoteca*, Vol. 62 (pp. 33 – 55)
82. Leal Riesco, B., (2013), Signal and Noise. Media, Infrastructure, and Urban Culture in Nigeria, de Brian Larkin. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, Vol. 2 (1), pp 144 – 152. Recuperado en: <http://revistacaracteres.net>
83. ____, (2012), Posibilidades abiertas por las nuevas tecnologías en el desarrollo de los cines africanos. *Caracteres. Estudios culturales y críticos de la esfera digital*, Vol. 1 (1), pp. 119 - 129. Recuperado en: <http://revistacaracteres.net>
84. ____, (2012), Educando a través del cine en África. *Foro de educación*, (14), pp. 225 – 239.
85. Lorenzen, M. y Täube, F., (2008), Breakout from Bollywood? The roles of the social networks and regulation in the evolution of Indian Film Industry. *Journal of International Management*. Vol. 14, pp. 286 - 299 DOI: 10.1016/j.intman.2008.01.004
86. Madichie, N. O., (2010), The nigerian movie industry "nollywood" - a nearly perfect marketing case study. *Marketing Intelligence & Planning*, 28(5), pp. 625-649. DOI:<http://dx.doi.org/10.1108/02634501011066537>
87. Obianuju Nwogu, M.I., (2015), Copyright Law and the menace of piracy in Nigeria. *Journal of Law, Policy and Globalization*, Vol. 34, pp. 113 – 129. (Nnamdi Azikiwe University, Awka, Anambra, Nigeria). Recuperado en: www.iiste.org
88. Obiaya, I. (2015), The Blossoming of the Nigerian Film Industry. Recuperado en: https://www.academia.edu/4731908/The_Blossoming_of_the_Nigerian_Video_Film_Industry
89. Olubomehin, O. y Onabajo, O. (2012), Cinema business in Lagos, Nigeria since 1903. *Historical Research Letter*, Vol. 3, pp. 1 – 11. (Olabisi Onabanjo University, Ago iwoye, Nigeria). Recuperado en: www.iiste.org
90. Onuzulike, U., (2015), Video Film Theory: Situationg Nollywood within Development Communication. *Rhyce Kerex Publishers, Editors: I. Ndolo & C. Onwumechili*, pp.83-101. Recuperado en: <http://www.researchgate.net/>

91. Oyenwole, S., (2014). Una ojeada a la industria cinematográfica nigeriana. *Revista de la OMPI*. Vol.2, pp. 2-5. Recuperado en : http://www.wipo.int/export/sites/www/wipo_magazine/es/pdf/2014/wipo_pub_121_2014_02.pdf
92. Peris-Blanes, J. (2009), Sueño y pesadilla de la modernización urbana. Relatos y estéticas de la violencia en los vídeos nigerianos. *Archivos de la filmoteca*, Vol. 62 (pp. 56 – 71)
93. Ridwan, A., Akashoro, G. y Ajaga, M., (2013), An Empirical Study of the trend and pattern of Video-Film Piracy in Nigeria, *European Scientific Journal*, Vol 9 (14), pp. 64 – 86. DOI: <http://ejournal.org/index.php/esj/article/viewFile/1070/1104>
94. Speciale, A. (2007). Nacimiento y evolución de las cinematografías en los países del África Subsahariana. En Aurenburg, G. (Coord.) (2007), *Cinematografías de África*, Madrid, España: La Casa Encendida. (pp. 52 – 56).
95. Sunday Olayinka, A. y Uduakobong, S., (2014), Home Video Film and Grassroots' Relevance in Nigerian Political Process. *IOSR Journal of Humanities And Social Science*, Vol. 19 (1), pp. 1 – 8. (Lagos State University, Nigeria) DOI: <http://iosrjournals.org/iosr-jhss/papers/Vol19-issue1/Version-10/A0191100108.pdf?id=8811>
96. Tapsoba, C., (1999). La ley de “le mégotage”. Panorama económico del cine africano. *Nosferatu. Revista de cine*. Vol 30, pp. 20-22. DOI: <http://hdl.handle.net/10251/41133>
97. Toasije, A., (2010), Vídeo popular nigeriano, una corriente creadora. *Estudios de África y Asia*, Vol. 45 (3), pp. 733 – 755. Recuperado en: https://www.academia.edu/1635821/V%C3%ADdeo_popular_nigeriano_una_corriente_creadora
98. Tomaselli, K., (2014), Nollywood production, distribution and reception. *Journal of african Cinemas*, Vol. 6 (1), pp. 11-19. DOI: http://dx.doi.org/10.1386/jac.6.1.11_1
99. Uche Ofili, O., (2014), Intellectual property rights protection and economic development: The case of Nigeria. *European Scientific Journal*. Recuperado en: <http://ejournal.org/files/journals/1/books/OnyekaUcheOfili.pdf>

100. Udayi Agba, J., (2014), Creating the Locale for Nigerian Film Industry: Situating Nollywood in the Class of Global Cinema. *Academic Journal Of Interdisciplinary Studies*, Vol. 3 (6), pp. 155-162. DOI: 10.5901/ajis.2014.v3n6p155 (Cross River University of Technology, Calabar, Nigeria)
101. Udomisor, U. y Yusuf Tosin, N., (2013), Dramatic Scrip Writing and Its Effect on the Performance of actors and actress in Nollywood Films. *Arts and Desing Studies*, Vol. 13, pp. 23 – 30. (University of Maiduguri, Brono State, Nigeria)
102. Udomisor, I. y Sonuga, A., (2012), Content analysis of Programs Produced by Nollywood Particularly on Africa Magic: DSTV, *Research on Humanities and social Sciences*, Vol. 2 (11), pp. 27 – 34. Recuperado en: www.iiste.org
103. Uzo, U. y Mair, J., (2014), Source and patterns of Organizational defiance of formal institutions: Insights from Nollywood, the nigerian movie industry. *Strategic Entrepreneurship Journal*, Vol. 8, pp. 56-74. DOI: 10.1002/sej.1171
104. Yao, J-A., (2014), Central Africa: Prospect for a cultural emergency. *Index-Comunicación*, Vol. 4 (2), pp. 87 – 99. (Université Félix Houphouët-Boigny Abidjan, Costa de Marfil)
105. (2013), Nigerian movies - the next blockbuster?, *Strategic Direction*, 29(9), pp. 22-24. Recuperado en: DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/SD-08-2013-0054>

TESIS DOCTORALES

106. Abuja Rodríguez, M.Á. (2017). Producción cinematográfica independiente 2.0: Estrategias de bajo presupuesto frente a la tecnología 3D y el contenido premium. (Tesis Doctoral Inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla.
107. Agina, A., (2015), *Nigerian filmmakers and their construction of a political past (1967 – 1998)*. (Tesis doctoral) Universidad de Westminster.
108. Izquierdo Castillo, J., (2007), *Distribución y exhibición cinematográficas en España: Un estudio de situación del negocio en la transición tecnológica digital*. (Tesis doctoral) Universitat Jaume I de Castellón.
109. Khahil Khafagui, R., (1990), *Evolución de la producción cinematográfica egipcia: 1970-1980*. (Tesis doctoral inédita). Universidad Complutense de Madrid.
110. Passchier, S., (2014), *Lessons from new Nollywood: a theory from the global South*. (Tesis Doctoral.) University of the Witwatersrand, Johannesburgo.
111. Quevedo Revenga, V., (2006), *Nollywood: La industria del video nigeriano. Un análisis de la dialéctica del primer cine en el tercer mundo*. (Tesis doctoral) Universidad de Oviedo.

ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS

112. Connors, W. (22 de Mayo, 2009). Movies filmmaking: Nollywood Babylon, Nigeria's movie industry is winning global attention, but DVD piracy may bring it down. *Wall Street Journal*, pp. W.4. Recuperado en: <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052970203771904574177472683696390>
113. El presidente de Nigeria aspirará a la reelección en 2019. (9 de abril de 2018). *El Diario.es* Recuperado en: https://www.eldiario.es/internacional/presidente-Nigeria-aspirara-reeleccion_0_759074634.html
114. Hollywood pacta con Kodak y salva el filmico. (6 de febrero de 2015). *Urgente24*. Recuperado en: <http://www.urgente24.com/236148-hollywood-pacta-con-kodak-y-salva-el-filmico>
115. Jason Njoku, a nigerian success story (19 de noviembre de 2017) *St.Hilary's Magazine*. Recuperado en: <https://sthilarys.press/2017/11/19/jason-njoku-a-nigerian-success-story/>
116. Lights, camera, africa; (18 de diciembre de 2010) *The Economist*, 397, p. 85-n/a.
117. Nollywood dreams; nigeria's film industry. (29 de Julio de 2006) *The Economist*, 380, p. 62.
118. Jewel, C. (octubre de 2017). Iroko Tv: hacer llegar al mundo las historias de Nollywood. *Revista de la OMPI*. Recuperado el 2 de junio de 2018 en: http://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2017/05/article_0002.html
119. McLaughlin, A., (20 de diciembre de 2005), Africans, camera, action: 'nollywood' catches world's eye. *The Christian Science Monitor*, pp. 01. Recuperado el 20 de diciembre de 2005 en: Business.
120. Mundy, S. (23 de noviembre de 2011). Demand proves insatiable for nollywood on the net. *Financial Times*, pp. 15.
121. Naranjo, J. (27 de abril de 2014). El gigante africano no es solo petróleo. *El País*. Recuperado en: http://economia.elpais.com/economia/2014/04/25/actualidad/1398440204_399270.html

122. Ogunlesi, T., (11 de octubre de 2013). 'Nollywood' sets its sights on international acclaim. *Financial Times*, pp. 17.
123. Parselelo K., (24 de junio de 2008). A documentation of the african experience. *Financial Times*, pp. 22.
124. Ryan, O., (2 de octubre de 2010). Nollywood comes of age. *Financial Times*, pp. 11.
125. Sacchi, F. (27 de septiembre de 2010). Nollywood and African Filmmaking. *World Policy Journal*. Recuperado en:
<http://www.worldpolicy.org/blog/2010/09/27/nollywood-and-african-filmmaking>

PÁGINAS WEB Y BLOGS

126. Blázquez, A. (9 de febrero de 2015). La maldición del oro negro: el robo de petróleo en Nigeria.[Artículo en un blog] Recuperado en: <http://elordenmundial.com/2015/02/09/nigeria-y-el-oro-negro/>
127. Blue Pictures (2017). Recuperado en: <http://bluepicturesng.com>
128. Demographic Statistics Bulletin (2018). National Bureau of Statistics, Nigeria. Recueprado en: <http://nigerianstat.gov.ng/download/490>
129. European Audiovisual Observatory (2017, 2016 y 2015). Recuperado en: <https://www.obs.coe.int>
130. Multi Choice Africa., (2017). DStv. Recuperado en: <http://multichoiceafrica.com>
131. Njoku, J. (9 de enero de 2017). Beyond data. Recuperado en: <https://jason.com.ng/beyond-data-9e60eb136c2b>
132. Njoku, J. (19 de abril de 2017). Recuperado en: <https://jason.com.ng>
133. Nollyconnect (2018). Recuperado en: <http://www.nollyconnect.com>
134. Project Act Nollywood (2015). Recuperado en: <http://www.projectactnollywood.com.ng/>
135. Silverbird (2017). Recuperado en: <http://www.silverbirdgroup.com>
136. World Bank. (1994). Nigeria - Structural adjustment program: policies, implementation, and impact. Washington, DC: World Bank. Recuperado en: <http://documents.worldbank.org/curated/en/959091468775569769/Nigeria-Structural-adjustment-program-policies-implementation-and-impact>

DOCUMENTALES Y MATERIALES AUDIOVISUALES

137. Addelman, B. y Mallal, S. (productores y directores) (2008). *Nollywood Babylon*. [cinta documental] Canadá: AM Pictures, National Film Board of Canada (NFB)
138. Adichie, C. (Junio de 2009), TED Talks: El peligro de la historia única. [archivo de vídeo] Recuperado en: http://www.ted.com/talks/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story?language=es
139. Christensen, R., Johnsen, A. y Moltke, H. (directores) (2007). *Good copy, bad copy*. [cinta documental] Dinamarca: Rosforth.
140. Cayce, M. (productor) y Meltzer, J. (director). (2007). *Welcome to Nollywood*. [cinta documental] Estados Unidos: Outpost Studios, Welcome to Nollywood
141. Sacchi, F. (Junio de 2007), TED Talks: A tour of Nollywood, Nigeria's booming film industry. [archivo de vídeo]. Recuperado en: http://www.ted.com/talks/franco_sacchi_on_nollywood
142. Sacchi, F. (director) (2007). *This is Nollywood* [cinta documental] Estados Unidos: Center for Digital Imaging Arts, Eureka Film Productions.

CONGRESOS Y CONFERENCIAS

143. Duverne, D., (2003), Nigeria, de estado fallido a líder regional. En VI Congreso Nacional de la Sociedad Argentina de Análisis Político, Buenos Aires.
144. Molina Siles, P., Piquer Cases, J. C. y Cortina Maruenda, J. (2013), El color en los comienzos del cine. De la aplicación manual al Technicolor. En Libro de Actas de X Congreso Nacional del color. 26, 27 y 28 de junio de 2013, Valencia.

PELÍCULAS

145. Albrecht, J. (director). (1938). *Die Bou van 'n Nasie*. [They built a nation] [cinta cinematográfica] Sudáfrica: African Film Production.
146. Ali-Balogun, M (productor y director). (2010). *Tango with me*. [cinta videográfica] Nigeria.
147. Alofayan, K. (productor y director). (2012). *Phone Swap*. [cinta videográfica] Golden Effects. Nigeria.
148. Alofayan, K. (productor y director). (2014). *October 1*. [cinta videográfica] Golden Effects. Nigeria
149. Anyaene, C. (productor y director). (2010). *Ijé: The Journey*. [cinta cinematográfica] Nigeria: Xandria Productions.
150. Arnold, B., Catmull, E., Guggenheim, R. y Jobs, S. (productores) y Lasseter, J. (director), (1995). *Toy story* [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Pixar Animation studios, Walt Disney Pictures.
151. Balogun, O. (director). (1975). *Amadi*. [cinta cinematográfica] Nigeria.
152. Balogun, O. (director). (1976). *Ogun Ajan*. [cinta cinematográfica] Nigeria.
153. Beauregard, G. (productor) y Godard, J.L. (director). (1960). *À bout de soufflé* [Al final de la escapada] [cinta cinematográfica] Francia: Les Films Impéria, Les Productions Georges de Beauregard, Société Nouvelle de Cinématographie.
154. Bidou, J. (productor) y Suleman, R. (director). (1997). *Fools*. [cinta cinematográfica] Sudáfrica, Francia: JBA Productions.
155. ____ (productor) y Suleman, R. (director). (2004). *Zulu love letter*. [cinta cinematográfica] Sudáfrica, Francia, Alemania: Hollybell, FMB2 Films, ZDF Arts.
156. Bryce, I. y Ziskin, L. (productores) y Raimi, S. (director). (2002). *Spiderman*. [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Columbia Pictures Corporation, Marvel Enterprises, Laura Ziskin Productions.
157. Burton, T. (productor y director). (1996). *Mars attacks!* [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Tim Burton Productions, Warner BROS.

158. Cameron, J. y Landau, J. (productores) y Cameron, J. (director). (2009). *Avatar* [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Twentieth Century Fox Film Corporation, Dune Entertainment, Ingenious Film Partners.
159. Cissé, S. (director y productor). (2009). *Min Yé* [Dis moi qui tu es, Dime quién eres] [cinta cinematográfica] Mali: Les Films Cissé, Canal + Horizon, Festival de Cannes.
160. ____ (director y productor). (1975). *Den musso* [La muchacha] [cinta cinematográfica] Mali: Les Films Cissé.
161. ____ (director y productor). (1978). *Baara* [El trabajo] [cinta cinematográfica] Mali: Les Films Cissé.
162. ____ (director y productor). (1982). *Finyé* [El viento] [cinta cinematográfica] Mali: Les Films Cissé.
163. ____ (director y productor). (1987). *Yeelen* [La luz] [cinta cinematográfica] Mali, Burkina Faso, Francia, República Democrática Alemana, Japón: Atriascop Paris, Burkina Faso Ministry of Life and Culture, Centre National de la Cinématographie (CNC).
164. Columbus, C. (director y productor). (2001). *Harry Potter y la piedra filosofal*. [cinta cinematográfica] Inglaterra, Estados Unidos: Warner Bros., Heyday Films, 1492 Pictures.
165. Crosland, A. (director). (1927). *The jazz singer* [El cantor de jazz] [cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Warner Bros.
166. ____ (director). (1926). *Don Juan* [cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Warner Bros.
167. ____ (director). (1927). *Old San Francisco* [Orgullo de raza] [cinta cinematográfica]. Estados Unidos: Warner Bros.
168. Cuarón, A. (director y productor). (2013). *Gravity*. [cinta cinematográfica] Estados Unidos, Reino Unido: Warner Bros., Esperanto Filmoj, Heyday Films.
169. Curtiz, M. (director). (1938). *The adventures of Robin Hood* [Robin de los bosques] [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Warner BROS.
170. Desle, R. (productor) y Sembène, O. (director). (1968). *Le mandat* [Mandab] [cinta cinematográfica] Senegal: Filmi Doomireew y Comptoir Français du Films Production.

171. Dieckmann, E. y Grau, A. (productores) y Murnau, F. W. (director). (1922). *Nosferatu* [cinta cinematográfica] Alemania: Jofa-Atelier Berlin-Johannisthal, Prana-Film GmbH.
172. Dikongue-Pipa, J. P. (director). (1975). *Muna moto* [El hijo de otro] Camerún: Avant Garde Africaine.
173. Disney, W. (productor) y Gillett, B. (director). (1932). *Flowers and trees* [Árboles y flores] [película animada] Estados Unidos: Walt Disney Productions.
174. ____ (productor) y Cotrell, W. y Hand, D. (directores). (1937). *Snow White and the seven dwarfs* [Blancanieves y los siete enanitos] [película animada] Estados Unidos: Walt Disney Productions.
175. Dlamini, D., Matz, Z., Milich, M., Sievernich, C. y Wichmann, R. (productores) y Maseko, Z. (director). (2004). *Drum* [cinta cinematográfica] Sudáfrica, Estados Unidos, Alemania: Armada Pictures, Drum Pty. Ltd., VIP 2 Medienfonds.
176. Eisenstein, S. (director). (1925). *Bronenosets Potemkim* [El acorazado Potemkin] [cinta cinematográfica] Unión Soviética: Goskino, Mosfilm.
177. Faye, S. (directora). (1976). *Kaddu Beykat*. [cinta cinematográfica] Senegal: Safi.
178. ____ (directora). (1976). *Selbé*. [cinta documental] Senegal: Safi.
179. Fudakowski, P. (productor) y Hood, G. (director). (2005). *Tsotsi*. [cinta cinematográfica]. Sudáfrica, UK: Industrial Development Co. Of South Africa, ThE Nacional Film and Video Foundation of SA, The Uk Film and production Company PLC
180. Gadjigo, S. y Silverman, J. (productores y directores). (2015). *Sembéne!* [cinta documental]. Senegal, Estados Unidos: Galle Ceddo Projects.
181. Gance, A. y Pathé, C. (productores) y Gance, A. (director). (1923). *La roue* [La rueda] [cinta cinematográfica] Francia: Mont-Blanc, Chamonix, Haute-Savoie.
182. ____ (director). (1927). *Napoleón* [cinta cinematográfica] Francia: Ciné France, Films Abel Gance, Isepa-Wengeroff Film GMBH.
183. Gerima, H. (director y productor). (2008). *Teza*. [cinta cinematográfica] Etiopía, Alemania, Francia: Negad-Gwad Productions, Pandora filmproducktion, Unlimited.

184. Griffith, D. W. (productor y director). (1915). *The birth of a nation* [El nacimiento de una nación] [cinta cinematográfica] Estados Unidos: David W. Griffith Corp., Epoch Producing Corporation
185. Haiman, J. y Land, R. (productores) y Land, R. (director). (1929). *Ich küsse Ihre Hand, Madame* [Beso tu mano, Madame]. [cinta cinematográfica] Alemania: Super-Film GMBH.
186. Hannay, D. (productor) y Schmitz, O. (director). (1987). *Mapantsula* [cinta cinematográfica] Sudáfrica: Haverbeam, One Look Productions y David Hannay Productions.
187. Hondo, M. (director). (1967). *Soleil O.* [cinta cinematográfica] Mauritania, Francia: Grey Films, Shango Films.
188. ____ (director y productor). (2004). *Fatima, l'algerienne de Dakar* [cinta cinematográfica] Mauritania, Túnez, Francia, Senegal: Canal France internacional, Canal + Horizons, Foundation Beaumarchaise.
189. Igwe, A. (director y productor). (1995). *Rattlesnake* [cinta videográfica] Nigeria: Crystal Gold See.
190. Irani, A. (productor y director). (1931). *Alam Ara* [cinta cinematográfica] India: Imperial Movietone.
191. Jackson, P. (productor y director). (2001). *El señor de los anillos: la comunidad del anillo*. [cinta cinematográfica]. Nueva Zelanda y Estados Unidos: New Line Cinema, WingNut Films, The Saul Zaentz Company.
192. Jackson, P. (productor) y Blomkamp, N. (director). (2009). *District 9* [Distrito 9] [cinta cinematográfica] Sudáfrica, Estados Unidos, Nueva Zelanda, Canadá: TriStar Pictures, Block / Hanson, WingNut Films.
193. Jingfeng, R. (productor y director). (1905). *La montaña Ding Jun*. [cinta cinematográfica] China.
194. Kaboré, G. (director). (1982). *Wend Kuuni*. [El don divino] [cinta cinematográfica] Burkina Faso: Direction du Cinema de Haute Volta.
195. Kamwa, D. (director). (1973). *Boubou cravate* [Bubú corvata] [cinta cinematográfica] Camerún.
196. ____ (director). (1975). *Pousse Pousse* [cinta cinematográfica] Camerún: DK7 Communications.
197. Kennedy, K. y Molen, G. (productores) y Spielberg, S. (director). (1993). *Jurassic Park* [Parque Jurásico]. [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Amblin Entertainment.

198. Kramo-Laciné, F. (director). (1981). *Djeli*. [cinta cinematográfica] Costa de Marfil: Les Films du Sabre.
199. Kurtz, G. (productor) y Lucas, G. (director). (1977). *Star wars* [La Guerra de las Glaxias] [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Lucasfilm, Twentieth Century Fox Film Corporation.
200. Kushner, D. (productor) y Lisberger, S. (director). (1982). *Tron*. [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Walt Disney Productions.
201. Langmann, T. (productor) y Hazanavicius, M. (director). (2011). *The artist*. [cinta cinematográfica] Francia: Studio 37, La Petite Reine, La Classe Américaine.
202. LeRoy, M. (productor) y Fleming, V. (director). (1939). *The wizard of Oz* [El mago de OZ] [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Warner Bros.
203. Lumière, L. y A. (productores y directores). (1895). *L'arroseur arrosé* [El jardinero regado.] [cinta cinematográfica] Francia.
204. ____ (productores y directores). (1895). *L'arrive d'un train en gare de La Ciotat* [La llegada de un tren.] [cinta cinematográfica] Francia.
205. Macgowan, K. (productor) y Maumolian, R. (director). (1935). *Becky Sharp* [La feria de la vanidad] [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Pioneer Pictures Corporation.
206. Mambéty, D. (director). (1968). *Contras city* [ciudad de contrastes] [cinta cinematográfica] Senegal: Studio Kankourama.
207. ____ (productor y director). (1973). *Touki Bouki* [cinta cinematográfica] Senegal: Cinegrit, Studio Kankourama.
208. ____ (director). (1999). *Le petit vendeuse de Soleil* [La pequeña vendedora del Soleil] [cinta cinematográfica] Senegal, Francia, Suiza, Alemania : Maag Dan, Waka Films.
209. Maxwell, J. (productor) y Hitchcock, A. (director). (1929). *Blackmail* [Chantaje] [cinta cinematográfica] Reino Unido: British Internacional Pictures.
210. Mbengue, W. (productor) y Sembéne, O. (director). (2001). *Faat kiné*. [cinta cinematográfica] Senegal: Filmi Doomireew.

211. Mbengue, W., Dahmane, O. y Ben Jemja, M. (productores) y Sembéne, O. (director). (1988). *Camp de Thiaroyé*. [cinta cinematográfica] Senegal: Filmi Doomireew, Enaproc, Films Kajoor.
212. Mehbood (director). (1957). *Bharat Mata* [Madre India] [cinta cinematográfica] India: Mehbood Productions.
213. Mikhin, B. (productor) y Eisentein, S. (director) . (1924). *Stacke* [La huelga] [cinta cinematográfica] Unión Soviética: Goskino, Proletkult.
214. Nolan, C. (director y productor). (2014). *Interstellar*. [cinta cinematográfica] Estados Unidos, Reino Unido: Paramount Pictures, Warner Bros., Legendary Pictures.
215. Nnebue, K. y Ogunjiofor, O. (productores) y Obi Rapu, C. (director). (1992). *Living in bondage* [cinta videográfica] Nigeria: Nek Video Links.
216. Nnebue, K. (productor) y Onukwufor, C. (director). (1994). *Glamour girls* [cinta videográfica] Nigeria: Nek Video Links.
217. ____ (productor) y Onu, C. (director). (1996). *Glamour girls 2* [cinta videográfica] Nigeria: Nek Video Links.
218. Ogoro, K. (productor y director). (2003). *Osuofia in London*. [cinta videográfica] Nigeria: Kinsley Ogoro Production.
219. ____ (productor y director). (2004). *Osuofia in London 2*. [cinta videográfica] Nigeria: Kinsley Ogoro Production.
220. Ogunde, H. (director). (1979). *Aiye*. [cinta cinematográfica] Nigeria.
221. ____ (director). (1980). *Jaiyesimi*. [cinta cinematográfica] Nigeria.
222. Ouedraogo, I. (director). (1989). *Yaaba* [La abuela] [cinta cinematográfica] Burkina Faso, Francia, Suiza: Arcadia Films, Les Films de l'Avenir, Thelma Film AG.
223. ____ (director). (1990). *Tilaï* [La ley] [cinta cinematográfica] Burkina Faso, Francia, Suiza, Alemania, Reino Unido: British Broadcasting Corporation (BBC), COF, Evangelish Reformierte Kirche.
224. Oyeka, U. (productor y director). (2013). *Living funeral*. [cortometraje] Canada, Nigeria: Applegazer & Karmacuse Productions.
225. Phalke, D. G. (productor y director). (1913). *Raja Harishchandra*. [cortometraje] India: Phalke films.

226. Perrin, J. (productor) y Annaud, J. J. (director). (1976). *Black and white in colour (La victoire en chantes)* [cinta cinematográfica] Reggae Films, Art Co. Films, France 3 Cinéma.
227. Polaski, B.(director y productor). (1913). *Zhuangzi test his wife* [*Zhuangzi pone a prueba a su esposa.* [cinta cinematográfica] China.
228. Pommer, E. (productor) y Lang, F. (director). (1927). *Metropolis* [cinta cinematográfica] Alemania: Universum Film
229. Ray, S. (director). (1955). *Pather Panchali* [La canción del camino] [cinta cinematográfica] India: Goverment of West Bengal.
230. ____ (productor y director). (1956). *Aparajito* [El invencible] [cinta cinematográfica] India: Epic Productions.
231. ____ (productor y director). (1959). *Apu Sansar* [El mundo de Apu] [cinta cinematográfica] India: Satyajit Ray Productions.
232. Rendir, J. y McEldowney, K. (productores) y Rendir, J. (director). (1951). *Le fleuve* [El río] [cinta cinematográfica] India, Estados Unidos, Francia y Reino Unido: Oriental International Films.
233. Rogosin, L. (productor y director). 1959. *Come back, Africa.* [cinta documental] Estados Unidos.
234. Rossellini, R. (director). (1945). *Roma, città aperta* [Roma, ciudad abierta] [cinta cinematográfica] Italia: Excelsa Films.
235. Selznick, D. (productor) y Fleming, V. (director). (1939). *Gone with the wind* [Lo que le viento se llevó] [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Selznick International Pictures, Metro-Goldwyn-Mayer
236. Sembène, O. (director). (1962). *Borom sarret* [*El carretero*] [cinta cinematográfica] Senegal: Filmi Domirev.
237. ____ (director y productor). (1971). *Emitai* [El dios del trueno] [cinta cinematográfica] Senegal: Filmi Doomireew.
238. ____ (director y productor). (1977). *Ceddo* [Los resistentes] [cinta cinematográfica] Senegal: Filmi Doomireew.
239. ____ (director y productor). (2004). *Moolaadé.* [cinta cinematográfica] Senegal: Filmi Doomireew, Direction de la Cinematographie Nationale, Centre Cinematographie Marocain.

240. Sen, M. (productor y director). (1969). *Bhuvan Shome*. [cinta cinematográfica] India: Mrinal Sen Productions.
241. ____ (productor y director). (1973). *Padatik* [cinta cinematográfica] India: Mrinal Sen Productions.
242. ____ (productor y director). (1974). *Chorus* [cinta cinematográfica] India: Mrinal Sen Productions.
243. Shaw, H. M. (director). (1916). *De Voortrekkers* [Winning a nation] [cinta cinematográfica] Sudáfrica: African Film Production.
244. Sica, V. (director). (1948). *Ladri di biciclette* [El ladrón de bicicletas] [cinta cinematográfica] Italia: Produzione di Sica.
245. Shichuan y Zhengqiu (productor y director). (1913). *The difficult couple* [*La pareja difícil.*] [cinta cinematográfica] Cina: Star Film Studio.
246. Silver, J. (productor) y The Wachowski Brothers (directores). (1999). *The Matrix* [cinta cinematográfica] Estados Unidos, Australia: Warner Bros., Village Roadshow Pictures, Groucho II Film Partnership.
247. Singh, A. (productor) y Roodt, D. (director). 1986. *Place of weeping*. [cinta cinematográfica] Sudáfrica: Place of Weeping Productions.
248. Smith, G. A. (productor y director). (1903). *The sick kitten* [*El gatito enfermo*] [cinta cinematográfica] Reino Unido.
249. Smith, S. W. (productor) y Maude (director). (1929). *The clue of the new pin* [cinta cinematográfica]. Reino Unido: British Lion Film Company.
250. Stanton Porter, E. (productor y director). (1903 – 1905). *The life of an american fireman* [*Vida de un bombero americano.*] [cinta cinematográfica] Estados Unidos.
251. ____ (productor y director). (1903). *The great train robbery* [*Asalto y robo de un tren.*] [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Edison Company.
252. Sultana, D. S. (productor) y Sen, M. (director). (1972). *Kolakata 71* [*Calcutta 71*] [cinta cinematográfica] India: D.S. Pictures
253. Tait, J. (productor y director). (1906). *The true story of Kelly Gang* [*La verdadera historia de Kelly Gang.*] [cinta cinematográfica] Australia.

254. Truffaut, F. (productor y director). (1959). *Les Quatre cents coups* [Los cuatrocientos golpes] [cinta cinematográfica] Francia: Les Films du Carrosse, Sédif Productions.
255. Uys, J. (director y productor). (1980). *The goods must be crazy* [Los dioses deben de estar locos] [cinta cinematográfica] Sudáfrica, Botswana: CAT Films, Mimosa Films.
256. Vertov, D. (director). (1931) *Entuziazm* [cinta documental] Unión Soviética: Ukrainfilms.
257. Vieyra, P. S. y Mamadou Sarr (productor y director). (1957). *Afrique sur Seine* [África junto al Sena] [cinta documental] Senegal: Groupe Africain du Cinéma.
258. ____ (productor) y Sembène, O. (director). (1975). *Xala* [cinta cinematográfica] Senegal: Filmi Doomireew y Ste. Me. Production du Senegal.
259. Vose, S. (productor) y Mambéty, D. (director). (1994). *Le franc* [El franco] [cinta cinematográfica] Senegal, Francia: Waka Films.
260. Wiene, R. (director). (1919). *Das cabinet des Dr. Caligari* [El gabinete del doctor Caligari] [cinta cinematográfica] Alemania: Decla- Bioscop AG
261. Wilcox, H. (productor) y Neilan, M. (director). (1929). *Black waters* [cinta cinematográfica] Estados Unidos: Herbert Wilcox y British & Dominions Film Corporation.
262. Zwoboda, A. (productor) y Sembène, O. (director). (1966). *La noire de...* [*Black girl, Chica negra*] [cinta cinematográfica] Senegal: Filmi doomireew, Les Actualités Française.

ANEXOS

ANEXO 1.

Transcripciones de las entrevistas realizadas en el trabajo de campo.

1.1. Entrevista con Ikechukwu Obiaya: Decano de la School of Media and Communication de la Pan-Atlantic University de Lagos (Nigeria)	315
1.2. Entrevista con Alex Eyengho: Director de cine (Nigeria)	321
1.3. Entrevista con Franco Sacchi: Director de cine en Estados Unidos y director del documental <i>This is Nollywood</i> (Sacchi, 2007)	325
1.4. Entrevista con Beatriz Leal Riesco: programadora del Festival Africano de Cine de Nueva York e investigadora independiente	331
1.5. Entrevista con Jose María Álvarez Monzoncilo: Catedrático de la Universidad Rey Juan Carlos y profesor de Comunicación Audiovisual	345
1.6. Entrevista con Pedro Ortuño: Profesor de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Murcia y director del documental <i>The other side of Bollywood</i> en el año 2007.	355
1.7. Entrevista con Aparajit Shukla: Director de cine (India).	367
1.8. Entrevista con Viraj Singh: Director de fotografía de cine (India) que ha trabajado en los entornos de Nollywood y Bollywood.	371

ANEXO 2.

Mapa político del continente africano dónde se muestran los años en los que alcanzó la independencia cada territorio.	375
--	-----

1. 1. Entrevista realizada a Ikechukwu Obiaya, decano de la School of Media and Communication de la Pan-African University en Lagos, Nigeria.

Entrevista remitida el 31 de octubre de 2015.

Pregunta: What means Nollywood for the history of african cinema?

I. O.: It has played an important role in establishing a new path of filmmaking African cinema has always suffered from poor funding and a lack of access to the distribution channels. Nollywood, with its low cost films and its straight-to-disk model has found solutions to both problems. Certainly, it is not perfect, but it has given a new breath of life to African cinema.

Pregunta: What does the Nollywood production model?

I. O.: The original Nollywood production model contributes a no-frills mode of filmmaking. Given the lack of means, the filmmakers have sought to make films in as little time as possible while maximising the little resources available.

Pregunta: The Nollywood production model beginnig is nearly the 90´s, how was these beginning?

Which factors has contributed to its settle and developing?

I. O.: I have answered this question at length in the article I sent you.

Pregunta: What means for Nollywood the arriving of the digital video technology?

I. O.: The availability of the VHS technology facilitated the beginning of Nollywood, making it possible for non-professionals to go into film production. The arrival of the digital technology has only served to enhance the process. With

this technology, it is easier to achieve professional results with fewer resources. This has enabled more people to enter the industry.

Pregunta: What are the influences in the Nollywood cinema?

I. O.: In terms of production style, I do not think Nollywood had any external influences. But quite a few influences can be traced in terms of content. The Yoruba travelling theatre and the soap opera format have both had some influence.

Pregunta: Nollywood style is really far away from the cinema that dominates the screen rates around the world, what has this style to be have so success in Nigeria and the rest of countries where Nollywood spread?

I. O.: The production style is accessible to everyone. The films can be made quickly and on a shoestring budget using video technology. A lot of creativity goes into it to find ways of achieving the right effects with the little that is available. But the stories, which focus on ordinary lives, are also important and are part of the attraction.

Pregunta: What influence has the traditional yoruba threatre in Nollywood style?

I. O.: The Yoruba travelling theatre has had some influence in the style of Nollywood. At some point, they began to incorporate the use of films into their performances, and they eventually replace the live performances during their tours with video films. Thus, they are credited with being the first ones to begin making video films. All of this came about following the collapse of celluloid filmmaking in the country, and they are seen as the bridge between celluloid film production and the eventual video film production. The theatrical nature of their performances, with its exaggerations, as well as the themes common to them, can be seen as having influenced the Nollywood filmmaking.

Pregunta: One of the main characteristics of Nollywood is the distribution model divided between the DVD direct selling and the online distribution. How is the most important distribution system? How begins and develops the online distribution?

I. O.: The main means of distribution still remains the direct sales of DVDs to the public. The online distribution is fairly recent and began about three or four years ago. However, this mode of distribution caters mainly to the international audience. Internet access is still relatively limited in Nigeria and is also expensive. So, this is not a first option for watching films for many people.

Pregunta: Meanwhile is the cinema markets there are a big concern about the piracy, Nollywood is focus on the net, How is these model managed?

I. O.: There are many problems with managing this model. Nollywood is also very concerned about piracy, and many of the Nollywood films online were not placed there by the owners. There are actually many instances of rights violation of Nollywood products online. There are, however, a few legitimate online distribution platforms, and they offer security against copying or piracy of the films entrusted to them.

Pregunta: What means the arriving of internet in the cinema industry in Nigeria?

I.O.: The Internet has served to provide one more means for distributing the films. More and more online distribution platforms are springing up, and many filmmakers are happy with this because it is a sure way of getting income from their films. However, there have also been serious cases of violation of copyright online, so quite a few filmmakers are also very wary about the medium.

Pregunta: What means internet for the african cinema industry?

I. O.: I really cannot give an answer to this as I have not studied it.

Pregunta: Nowadays there are more and more films and less cinemas in Nigeria, how it's possible? How is the relationship between Nollywood and the cinemas ?

I. O.: The model that Nollywood began with was a straight-to-video model; it did not depend on the cinemas. Rather, it produced films on VHS that people could watch in the comfort of their homes. This model has largely continued. The films are shown on satellite television and sold on disks. Yes, the number of cinemas is low, but this number is increasing. There are more cinema premieres now of the Nollywood films. Nevertheless, given these low numbers, it will take some time before a filmmaker can recoup his costs in the cinema. One of the reasons why many filmmakers do not take their films to the cinemas is that they cannot meet the higher quality that is required. A higher quality requires a higher budget, and funding still remains a problem.

Pregunta: How its defined the spare time in a contry that produces around 2000 film per year, which is the importance of these particular culture form for the population?

I. O.: The notion of leisure time is not one that is too strongly defined among the greater majority of people here. It is a growing concept, but it is not necessarily tied to the films. Since most people watch the films at home, it is usually treated as one more activity of the day, a way to relax at the end of the day. Going to the cinema is not an option for many people because they cannot afford it, so leisure time, when they are able to carve it out, would consist of doing other things.

Pregunta: How is the nigerian society in relation to the film consumption given the high rates of cinema film production?

I. O.: There is a high rate of consumption of the films. A good number of the people prefer the Nollywood films to films from Hollywood, for instance because they say they identify better with the Nollywood films and understand them more.

Pregunta: Nollywood is one of the most important film industry, what its shares and with Bollywood and Hollywood given the high production rates? What are the differences?

I. O.: Nollywood is quite different from Hollywood and Bollywood in terms of its informal nature. The industry remains largely unstructured, and it is easy for just about anybody to enter it and begin a career. Although guilds exist, they are not that powerful, and people function in the industry without belonging to the guilds. One consequence of this is that there is no regulation of the pay structure or of prior requirements before one can take up any job in the industry.

Another difference is the direct-to-DVD model that Nollywood began with and which still exists. Although more and more films are now being premiered first in the cinemas, there still remain a large number that do not go through that process. It must also be added that, unlike Hollywood and Bollywood, the number of cinemas available for Nollywood are very few. Thus, it is more difficult for a Nollywood film to make it big in the cinemas. Given its basis in popular culture, Nollywood is different from Hollywood and perhaps similar to Bollywood in the kind of stories it tells and its story telling techniques. The stories appeal very much to the audience who identify closely because they see in them a reflection of their own situations.

Pregunta: Nollywood film production has been growing by the last 20 years instead in other places like European countries, where it's decreasing day by day, how is the actual situation? Wich is the forecatst for the future?

I. O.: Actually, the filmmakers say that sales of the films have dropped off somewhat. But this could be due to the fact that the films are now largely available on DStv, the satellite television. This television offers about four different channels dedicated to the Nollywood films, and this is where many people now choose to watch them. Also, people are beginning to demand a higher quality in

the films and restrict themselves to watching only films that meet this standard. More and more filmmakers are beginning to spend more to produce films of a higher technical quality. The forecast for the future is positive because even though the audience is becoming more selective, the demand for the films remains high. It must also be said that a good part of the audience is still content with the old standards of the films.

1. 2. Entrevista realizada a Alex Eyengho, director de cine en Nigeria.

Remitida el 25 de octubre de 2015.

Pregunta: What means Nollywood for the history of african cinema?

A.E.: As the most popular and populous film industry in Africa, Nollywood is very strategic to African Cinema. The very first film to be screened in Nigeria took place at the Glover Hall in Lagos in 1905 or thereabout. This was during British colonial rule and before the birth of modern day Nigeria.

Pregunta: What does the Nollywood production model?

A.E.: Afordable budget, speed, African stories.

Pregunta: The Nollywood production model beginnig is nearly the 90´s, how was these beginning? Which factors has contributed to its settle and developing?

A.E.: Mordern Nollywood started in the late 80s with the efforts of independent producers and withouth any government support whatsoever. The determination and zeal of Nollywood filmmakers is the magic wand.

Pregunta: What means for Nollywood the arriving of the digital video technology?

A.E.: Every new technology is aimed at improving the way things are done. Nollywood certainly embraced the digital video technology with all its attendant benefits.

Pregunta: What are the influences in the Nollywood cinema? Nollywood style is really far away from the cinema that dominates the screen rates around the world, what has this style to be have so success in Nigeria and the rest of countries where Nollywood spread?

A.E.: The style of Nollywood is that we keep things local even while aiming global.

Pregunta: One of the main characteristics of Nollywood is the distribution model divided between the DVD direct selling and the online distribution. How is the most important distribution system? How begins and develops the online distribution?

A.E.: Distribution is still a major challenge in Nollywood. Over 90 per cent of Nollywood films is still direct to DVD/VCD sale. There is no auditable, verifiable and accountable distribution system in place.

Pregunta: Meanwhile is the cinema markets there are a big concern about the piracy, nollywood is focus on the net, How is these model managed?

A.E.: Piracy is a major challenge in Nollywood. No concrete solution yet.

Pregunta: What means the arriving of internet in the cinema industry in Nigeria?

A.E.: Internet is supposed to provide additional revenue stream to Nollywood producers but this is not so!

Pregunta: What means internet for the african cinema industry?

A.E.: If not properly handled, it may discourage people from going to the cinemas.

Pregunta: Nowadays there are more and more films and less cinemas in Nigeria, how it's possible? How is the relationship between Nollywood and the cinemas ?

A.E.: The number of cinemas in Nigeria is ridiculously low. Something need to be done about it. Nollywood practitioners see the cinema owners as very exploitative. There is no love lust.

Pregunta: How is the nigerian society in relation to the film consumption given the high rates of cinema film production?

A.E.: Nigerians love and watch Nollywood films in large numbers.

Pregunta: Nollywood is one of the most important film industry, what its shares with Bollywood and Hollywood given the high production rates? What are the differences?

A.E.: Hollywood and Bollywood are technologically more advanced than Nollywood. This is the major difference.

Pregunta: Nollywood film production has been growing by the last 20 years instead in other places like European countries, where it's decreasing day by day, how is the actual situation? Wich is the forecatst for the future?

A.E.: The future is very bright for Nollywood. More young filmmakers are coming to the industry in drove.

1. 3. Entrevista realizada a Franco Sacchi, director de cine en Estados Unidos y director del documental *This is Nollywood* (Sacchi, 2007)

Transcripción de la entrevista remitida el 28 de octubre de 2015.

Pregunta: How came up the idea of a documentary about Nollywood?

F.S.: I came across the idea by chance reading an article in the New York Times (2004). It was in the Business Section of the news paper. I was immediately struck. I had never been in Nigeria but I was quite familiar with its history and socio economic conditions. The idea that a place like Nigeria had become the third largest producer of feature length movies was simply astounding. The story for me was very intriguing at multiple levels. As filmmaker was extremely curious about it but from an economic point of view it was even more fascinating. I always had a passion and an interest for issues related to economic development and Africa. I was born in Africa and many of my relatives had worked and lived in Africa, including Nigeria.

Pregunta: What did you expect to find and what did you find?

F.S.: Strangely enough, Nollywood did not surprise me too much. It turns out that filmmakers have a lot in common no matter their culture and their personal background. What I found absolutely incredible, if not astonishing is the city of Lagos, the epicenter of Nollywood. I was not quite prepared for that. I do not think there is a comparable place on earth. It is a profoundly dysfunctional megalopolis. And yet it is a wonderful place with an intensity and an energy that are truly palpable. I don't think that my documentary comes even close to capture the disturbing contrasts and vibrancy of Lagos. There is almost a post apocalyptic atmosphere. You really have the impression that Lagos is a place that can reveal a lot about the potential and the risk that humanity will face in the near future. Nollywood in this sense is a very hopeful phenomenon.

Pregunta: In 2006 Nollywood was the 3rd largest film industry in the world, how is possible to define this phenomenon?

F.S.: Well. I think that the sheer numbers speak for themselves. What is important to remember that this phenomenon grew spontaneously without any help whatsoever from the Nigerian Government, the university system or foreign investment. Nollywood is a grassroots phenomenon that succeeded in spite of a corrupt Nigerian government, NGOs that look at Africa through the lenses of pity and a foreign countries which are mainly interested in Africa's natural resources.

Pregunta: Nollywood film production model is based on low budgets and fast shootings. How is this model developed and settled?

F.S.: This is simply a matter of necessity. The budgets are extremely low because most films are financed by individuals (small producers). Things are slowly changing but by and large we can say that Nollywood has its roots in the informal sector. There are no formal investors and reliable accounting methods to verify the revenues. So the budgets had to be small to recuperate the investments as quickly as possible. Fast shooting schedules are of course the most obvious way to keep the costs down.

Pregunta: How is the impact of digital video in this?

F.S.: To be precise it was video in its analog form that really made possible the very first Nollywood hit in the early mid 90s. Nollywood broke the myth of Celluloid.

Celluloid was the format of the great "Auteurs" of classic African cinema. Video was relegated to TV commercial and low quality productions. Nollywood embraced video (VHS) without any prejudice. It was good enough and they discovered that Nigerians were thirsty for stories regardless of the format. With the advent of digital editing (computer based) and better digital video cameras Nollywood's productions simply skyrocketed.

Pregunta: What is "guerrilla filmmaking"?

F.S.: I think it is a term that describes only a certain approach to make low budget movies in the rich west. I don't think that Nollywood filmmakers like the term. In their productions they try to recreate all the hierarchies of traditional filmmaking. On a typical crew there are Director assistant directors, costume designer, catering etc... They simply work insanely fast and keep the budget low because they operate in an economy where almost 50% of the population live with 2 \$ a day (please check these numbers). The labour for many position in a typical crew (production assistants, drivers, catering etc..) is extremely cheap.

Pregunta: What does shooting in Lagos? What have the Nigerian filmmakers face off?

F.S.: As you can see in my documentary "This is nollywood" lack of reliable electricity is a real problem. The traffic congestion, is epic. Actors are often double booked and take on multiple jobs at the same time. Access to training and specialized "know how" and reliable equipment is felt by Nollywood as a real problem too.

Pregunta: How is a Nollywood movie?

F.S.: This question is too generic. It cannot be answered without having to write a whole chapter or even a book!!!

Pregunta: What it had have so many success?

F.S.: The root of Nollywood success is in the insatiable desire that African audiences have for homegrown stories. Actors and Actresses they can deeply identify with. With the exception of the elites who travel frequently abroad Nigerians consume primarily Nollywood films. You can walk into any movie parlor where DVDs/VCDs are sold or rented and you will see that 90% of the inventory is made of Nollywood movies.

Pregunta: What influences has the Nigerian cinema?

F.S.: I think enormous. There is an ample literature at this point on this aspect. I'll just say that you cannot have a serious conversation about contemporary African cinema without dealing with Nollywood.

Pregunta: More movies and less cinemas in Nigeria, What is the Nollywood distribution model based on?

F.S.: Cinema-going culture has made a remarkable come back and most major cities in Nigeria now have several movie halls and multiplexes. The numbers of cinemas is still relatively low but today a theatrical release in Nigeria represents a tremendous incentive for talented and motivated filmmakers who are willing to make movies with higher production values and diversify their distribution strategy. Said that, Nollywood still depends primarily of direct sale of DVDs and VCDs. Television is also a tremendous factor but it brings very small revenues. Channels like Africa Magic essentially offer 24h a day Nollywood movies. Africans in the Diaspora rely primarily on video streaming services like IrokoTV

Pregunta: While in the film markets there is great concern about piracy, Nollywood is keen to network and comes from an unofficial market, how is this distribution managed? A direct digital market and a direct market in the street: what does direct selling? And what has brought Internet to Nollywood?

F.S.: Direct Market in the street has been until now the essence of Nollywood. To me it is also a metaphor to show how essential movies are in the daily life of millions of Nigerians. You can see street vendors in the midst of insane Lagos traffic selling essential products like water, food, appliances and yes movies! Nollywood movies can be bought at every corner on your way home after a tough day in one of the most challenging metropolitan areas on this planet. I have no doubts that digital distribution will impact Nollywood but that will depend on

how the communication infrastructure will develop. I do not have the latest information on data networks availability of smartphone etc... So I cannot make an informed prediction. But as I already said for Africans in the diaspora living in Europe, and US digital distribution is very relevant.

Pregunta: How are spectators of a country that produces 2000 films per year?

F.S.: Passionate, crazy about their own star system and also very proud of their own authentic voice. Nollywood is certainly imperfect and it has not produced enough movies with a universal appeal but this doesn't seem to worry the core audience of Nollywood films.

One of the most poignant moment while I was filming for my documentary was when a woman told me that after a stressful day in Lagos she felt she could breathe better after watching a Nollywood movie. It meant so much for her to be able to escape her daily life watching stories that are truly familiar. It is as if there was an element of stress in trying to follow stories coming from other cultures like America or Europe

Pregunta: Nollywood is one of the first industries of world filmmaking, what share and how it differs from the other major models such as Hollywood and Bollywood?

F.S.: I am not qualified to answer this question. The Nigerian film industry has not stopped growing in the last 20 years, unlike in other places, such as in Europe have seen their production reduced, what is the current situation? What is the outlook for the future? I will have to refer to my recent article: "Nollywood at 20". Feel free to use the parts you prefer.

Pregunta: What are the Nollywood Workshops?

F.S.: The Nollywood W are a non profit organization we co-founded with Bond Emeruwa the protagonist of my documentary. Its mission is to work with Nollywood to leverage its ability to communicate positive messages particularly in the field of public health. In other words We believe that Nollywood can have an enormous positive impact and communicate positive messages while preserving its cultural authenticity and entertainment aspects

Pregunta: What objectives has this initiative?

F.S.: I'll give you an example during the Ebola crisis it became critical to reach millions of people. With simple but effective advice on how to behave during the crisis. Simple concepts like washing hands needed to be communicated. Nollywood Workshops was instrumental in creating a campaign driven by some of the most popular stars. Actors and Actresses who have tremendous charisma and huge following participated and volunteered in a very successful ad campaign. It was a major success.

Pregunta: What means this cross-cultural approach to the film production?

F.S.: It really refers to the ability to create co-productions between Nigerian and foreign producers.

1. 4. Entrevista a Beatriz Leal Riesco, programadora del Festival de Cine africano de Nueva York.

Transcripción de la entrevista realizada el 10 de octubre de 2015.

Pregunta: La primera pregunta realmente es sobre la reseña que has escrito del libro de Larkin, dónde se expone que el cine africano es un cine de festivales sin audiencia local. ¿Esta situación se sigue manteniendo o ha cambiado en los últimos años? o quizás fenómenos como el de Nollywood, ¿han cambiado esta percepción?

B.L.R.: Está cambiando mucho, y creo que además ha habido una explosión de industrias nacionales y locales tremenda y eso viene en oleadas a partir del fenómeno de Nollywood. Creo que sí que ha habido un cambio muy fuerte y yo como programadora, en Festival de Nueva York, nos estamos dando cuenta que cada vez que proyectamos una película de Nigeria, sea o no inscribible dentro de Nollywood o de lo que se llama de manera equivocada el No Nollywood, tenemos hordas de gente, sobre todo, nigerianos que vienen a verlas. Evidentemente hay un problema porque el tipo de espectador que viene a este tipo películas, nigerianos nacidos en Nueva York, tienen un alto conocimiento internacional, son élites, y no es la misma gente, que está viendo Nollywood desde sus casas o desde sus móviles. Estos espectadores están buscando además otro tipo de películas de mayor calidad, que hoy en día se están empezando a realizar y para las que además se están construyendo, evidentemente, otro tipo de cines con otro tipo de butacas con otro tipo de planteamiento de calidad de cómo se ve la experiencia cinematográfica. Está cambiando mucho la situación, es muy difícil explicar qué está pasando en todo el continente, pero a día de hoy, estamos viendo experiencias, por ejemplo, de directores que han venido, muchos como tú, de la publicidad u otro tipo de industria audiovisual. Y por ejemplo en Etiopía están surgiendo un montón de mujeres y de hombres jóvenes, que están haciendo películas autofinanciadas con ayudas de algunos festivales europeos o ya en el propio continente y que están llegando a sus propias comunidades, o sea, de manera local, y después acceden a los festivales. En el caso concreto de Nigeria, y actualmente en Sierra

Leona, Ghana y también incluso en Haití, en lo que sería la diáspora en el Caribe, hay un cambio absolutamente radical en los últimos años, sobre todo en los años que llevas trabajando en este tema.

Pregunta: Cada vez hay más presencia de cine africano (y nigeriano) en muchas ventanas de exhibición además de en festivales, ¿como se genera este aumento de la producción?

B.L.R.: El dinero que han invertido desde algunas productoras y distribuidoras de televisión en Sudáfrica que están ampliando tentáculos a otros países de su ámbito de influencia y más allá, por todas las coproducciones y acuerdos que se están firmando, está cambiando completamente, y la plataforma es la televisión fundamentalmente. Pero lo que sería el cine de autor, cine arte, cine más ligado también a la experiencia de subvención festival, etc. Ese tipo de cine va a seguir estando ahí, igual que existe un nicho de cine indie, de cine alternativo, de cine de festival, en Europa en Asia y en todos los sitios, pero esto es otro tipo de propuesta. Le llamemos cine o le llamaremos otra cosa, porque ahí también existe un debate: es un producto de la industria para el público local o más allá. Nosotros en el Festival, cada vez tenemos más películas que no nos plantean ninguna contradicción, es decir, tenemos que negociar entre el público que sabemos que tenemos, al que hay que dar cierta respuesta y que nos sigue desde hace varios años en Nueva York, y otro tipo de público que no va a venir a nuestro festival porque no podemos llegar a sus expectativas, y que quizás, en otro tipo de plataformas en Brooklyn, en Bronx, en Harlem, etc. sí que son capaces de hacerlo porque hay más espacio. Se están abriendo las posibilidades y yo creo que es una de las maravillas de estos últimos años, que desde África ha habido una explosión tremenda de todo tipo de películas, vídeos, etc. Nosotros este año, pusimos una serie web, la de 'African Spirit', y tuvimos que repetirla porque se llenó y todo el mundo quería venir y venir, y pusimos 3 o 4 episodios seguidos y teníamos a media juventud de muchísimos países, específicamente anglófonos, de África viéndolo cuando esto hace dos años es

inconcebible que nadie se plantee ir a ver 4 episodios que los tienes online a un teatro y eso sí que se está dando sí.

Pregunta: ¿Está empezando a ser más conocido a nivel popular el audiovisual africano?

B.L.R.: La película sudafricana con la que se ha abierto el festival de cine de Durban, el último, y esto para que veas también, como te interesa la parte de producción y comercio y todo lo relacionado con EE.UU... Ava Duvernay la que hizo Selma, su productora, ha comprado esta película y la va a poner por todos los cines comerciales de Estados Unidos, o sea, que sí hay un diálogo muy fuerte. Yo soy amiga de un productor, que se llama Tendeka Macartu, y ha hecho así muchas pelis en medio de Zimbabwe, en medio de Sudáfrica, las identidades son un poco extrañas a veces, y él está consiguiendo que se distribuyan muchísimas de estas películas en Estados Unidos que hasta hace tres años eran inconcebibles. En Estados Unidos cada vez hay más recepción, hasta hace no mucho sabes que la separación entre nación afroamericana sobre todo sus hábitos de consumo y la recientemente llegada también de origen africano a Estados Unidos es muy muy distinta y ahora están, yo no sé si me atrevería a decir, convergiendo pero si que hay puntos en común por el tipo de películas, por ejemplo, el cinematógrafo Jack Foriau que es afroamericano y tiene muchísima relación con varios directores originarios de Nigeria y fotógrafos de Nigeria, que están creando otro tipo de sinergias y son gente además con bastante poder en Hollywood, están consiguiendo que estas personas tengan acceso a la industria en Estados Unidos.

Pregunta: Hablando de la producción, concretamente de Nigeria de Nollywood, situamos el origen en los años 90, desde tu visión, ¿a que crees que se debe este inicio, esta explosión y este desarrollo, que factores han contribuido a ésto y realmente que está suponiendo o que ha supuesto Nollywood en la historia del cine africano?

B.L.R.: Esta es la típica historia de Nollywood que repetimos todos, surge porque hay un problema que viene del petróleo, esto es lo que se dice siempre. Es un problema de la seguridad, que no se podía salir que al final se convierte en que se busca un cine doméstico fundamentalmente también para mujeres que se consume desde casa.

Después también está el hecho de que hubiese tantísima gente preparada en televisión que quería seguir haciendo cine, pero no podía comprar el celuloide porque era carísimo y al final también influye la situación de los reproductores de vídeo y después el DVD. Yo creo que es una mezcla evidentemente de temas de producción, de problemas económicos y sociales en el país, y de otro tipo de necesidades casi antropológicas de dar respuesta a necesidades que no se cubrían por otro tipo de cines. Entonces en ese momento, sí se produce un cine en el que surgen todos estos grandes éxitos iniciales de las primeras películas de Nollywood, los 'Greatest Hits'. Directores como Tunde Kelani, en transición a otro tipo cine que nosotros proyectamos, 'Maami' y a mi me gusto muchísimo, yo me empeño que había que ponerla, este año no pusimos 'Octo to One' porque se hacía muy larga y por problemas de espacio en el festival, no porque no apostásemos por ella y acabase de ganar un montón de premios en los AFI, que es verdad que ellos están haciendo otro tipo de cine dentro de lo que es Nollywood.

Pregunta: ¿Qué valor tiene dentro de la historia del cine africano? Esto enlaza un poco con la pregunta, ¿por qué en Nigeria? Seguimos la trayectoria lógica del comercio y de los mercados cinematográficos africana digamos que en los países francófonos hay una tradición mucho más arraigada, entonces es un poco curioso.

B.L.R.: Bueno, yo no creo que haya ninguna contradicción, me parece la tendencia natural también por el camino del capitalismo global, es normal que pasase o que pudiese pasar en los años que paso en Nigeria. En Senegal y en Burkina Faso me imagino que es a los que te estas refiriendo fundamentalmente

cuando dices esto, tuvieron y siguen teniendo un apoyo, completamente heredero también del sistema de subvenciones francés pero con muchísimas menos posibilidades, porque tienen muchísimos menos recursos, entonces apenas ha creado una dependencia, llevado a maneras de actuar por las recetas típicas con ayudas en mini festivales a estos países pero no había una masa empresarial de emprendedores como suele pasar en Nigeria y aparte Nigeria a nivel poblacional no tiene nada que ver con Senegal ni con Burkina Faso. Pero el hecho de que surgiera allí evidentemente también está ligado al tipo de historia de la colonización de Inglaterra en la que preparaban a la gente para que después ellos tuviesen posibilidades de seguir adelante con sus naciones. Además, Nigeria, más que otros países, ha tenido siempre una élite local muy fuerte y gente con mucho poder, que cuando llegó la crisis de los 90 emigró a Estados Unidos no porque hubiera problemas políticos sino porque quería irse, y tenían esa opción de movilidad.

En Londres y Nueva York hay gente de muchísimo poder nigeriana que estaban en ciertos ámbitos de poder en producción, distribución, etc. Evidentemente esos no fueron solos, o los únicos que crearon Nollywood, pero creo que se explica por las características nacionales de Nigeria que son completamente distintas al resto, parecidas evidentemente a Ghana, por ejemplo, y por eso también ha sido el fenómeno tan rápido en Ghana con sus peculiaridades. Hay mucho debate sobre esto, ya que también en Ghana surgió una industria similar con sus peculiaridades y Nollywood se ha creado con todo el protagonismo, cuanto hay allí, en Tanzania y en otros sitios. Evidentemente, por cantidad numérica, en Nigeria, dentro y fuera se ha magnificado, es lo que ha tenido más repercusión y también desde Estados Unidos porque las relaciones entre Estados Unidos y Nigeria son mayores que con Ghana, por ejemplo, entonces se ha investigado más, ha habido más gente que ha ido a Nigeria a realizar investigaciones y trabajo de campo, Jonathan Haynes, que es una eminencia, ha llevado esto a otros niveles en la academia. No hay mucha diferencia entre lo que se produce en Nigeria independientemente que sea en el norte o que sea en el sur, con cosas que se hacen en Ghana o en Sierra Leona,

y no creo que sea Sierra Leona el más derivativo de Nollywood, o sea, creo que son muy similares, pero también porque parten de ver ciertas películas, como Kung-fu, Bollywood, superhéroes, que se unen y se obtiene este estilo.

Pregunta: ¿Es una cuestión demográfica ya que Nigeria es el país más poblado de África, y luego es una cuestión de la sociedad, de los problemas endémicos de la sociedad, de peligrosidad y demás que exigían un ocio en casa o por así decirlo y además pues esta explosión de contenidos que lleva a este desarrollo también?

B.L.R.: En cuanto al estilo, las formas y los géneros, es muy interesante lo que se está produciendo, porque si que hay, aparte de que hay como dos facciones, que tu habrás leído, de académicos o críticos, uno que lo desprecia completamente, más centrado en la estéticas locales que se deberían revalorizar y que se pierden por esta especie de hibridación absoluta de géneros menores, telenovela y películas de ficción o ciencia ficción de mala calidad, melodramas... Cuando Hollywood cuando empieza con esta dicotomía de lo bueno y lo malo en el entretenimiento y también en Europa después de la Segunda Guerra Mundial, porque no le queda más remedio, se convierte y se empieza a producir 'cine arte', cine de autor, Sus raíces evidentemente son los años 20 etc. pero en esos años, Hollywood también, hacen fundamentalmente un cine de entretenimiento y es más, la comedia y otro tipo de películas de acción y persecuciones, y el slapstick, respondían a las mismas necesidades que hoy en día están respondiendo los géneros de Nollywood. Es verdad que Nollywood destaca numéricamente. Aunque hay productores y profesores que se niegan a utilizar el término porque defienden que no todas las películas se pueden adscribir al término. No tienen nada que ver las últimas películas que está haciendo Tunde Kelani con el Nollywood actual, no tienen absolutamente nada que ver ni desde el punto de vista, ni en cuanto a la temática, ni incluso los objetivos, hasta éticos humanísticos que tienen, que no tienen otras películas, no tiene nada que ver. Pero bueno eso es la riqueza. Otro tema también es quién lo produce también. En un encuentro, compartiendo mesa en la Escuela de negocios de Philadelphia

con la gente de IrokoTV, comentaban que lo importante son los datos de consumo, que están creando una masa inteligentísima, no sólo para productores de Nollywood, sino también para otros países, Estados Unidos principalmente.

Pregunta: Hablando del estilo de Nollywood, ¿existen unas influencias que nos llevan al desarrollo de este estilo o también este estilo se crea y se desarrolla porque existe una falta total de identificación con los contenidos occidentales?

B.L.R.: La falta de identificación desde luego que no. siempre están las lecturas de redescubrimiento de África, y cómo África a pesar de todo es capaz de salir adelante, y creo que son lecturas muy simplificadas, y que además se olvidan de todos los aspectos socioeconómicos fortísimos, incluso de influencias externas. La gente que está empezando a hacer películas ahora, los jóvenes, ya se han formado con todo el imaginario de Nollywood que ya existe desde hace años. Pero la gente que empezó en los noventa, habían estudiado cine, en las grandes escuelas de cine de Londres. Los que dieron los primeros pasos eran muy conscientes de lo que estaban haciendo. No se estaban oponiendo, estaban evidentemente limitados a nivel técnico, que marca muchísimo, es verdad que eran gente que creían mucho en recuperar ciertas tradiciones culturales de sus propias etnias o grupos, etc. de pertenencia. Y crearon un estilo diferente. Hay muchísima relación evidentemente, que es lo que se dice habitualmente, con lo que es el musical de Bollywood y con las películas de acción de Hong Kong de esos momentos. También llegaba el musical egipcio, que había marcado mucho a las generaciones previas. Y películas de acción, series, porque también se veía mucha televisión, eso también llegó, y Nigeria era rica en esos años, como para poder acceder a cierto tipo de productos audiovisuales. Yo creo que hubo y que hay tantos casos incluso en el principio como autores. Creo que no tiene mucho que ver los primeros, los que se marcan como pioneros, con aspectos en común que son diferenciales, a nivel de análisis, sobre todo, como la mayoría de lo que se escribió hasta hace muy pocos años venía de autores, especialmente en Estados Unidos, o ingleses o así, y la capacidad que tenían para ver películas también era reducida, aunque vieses muchísimas.

Jonathan Haynes es de los que tienen una mejor perspectiva porque lleva muchísimos años en el medio, y ha visto muchísimo, y yo me lo encuentro siempre que hay algo de Nigeria relacionado con Nollywood en Nueva York. Y él es bastante crítico en ese sentido, va encontrando filiaciones, por un lado, de repente cambia porque se ha dado cuenta que ha habido otras influencias. Yo creo que aún estamos faltos de perspectiva para un análisis, aunque hay tantísimos estudios particulares, muy interesantes... Pero en cuanto a poder afirmar algunos conceptos, es muchísimo más complejo.... que el hecho de que es la primera vez que en la industria aparece y está completamente libre de otras influencias. Entonces, creo que hay tantísima variedad como encontramos en otros cines, y que además se merecen por derecho propio, y también numérico en índices de producción, que se estudie con la profundidad que merece. No quiero ni me atrevo a hacer ningún tipo de generalización. No se si has podido trabajar con datos, pero por lo que me comentaban amigos nigerianos, no es que solo se vea Nollywood en Nigeria, evidentemente hay muchísima demanda. Frente a esa reseña que había hecho de Larkin en su momento, creo que la situación era diferente, ésto ahora ha cambiado. Yo creo que todos tenemos una percepción más o menos general de lo que está pasando, pero que al final, hay demasiados datos ahí que nos perdemos y que no tenemos ni idea. Que, en cambio en Senegal, Burkina Faso o Botswana es mucho más fácil analizar la situación.

Pregunta: Hay muchísimos blogs de un ‘Start System’ para promocionar estos contenidos, y no solo es una explosión películas de Nollywood ¿están estos contenidos cubriendo un nicho de mercado?

B.L.R.: En el libro de Larkin es súper interesante, el planteamiento del “ruido”. Si estás rodando y estás viendo contenidos en unas circunstancias en las que cada dos por tres te cortan el suministro eléctrico, es imposible disponer de plataformas de streaming. Al final utilizas tu reproductor o tu móvil. En el caso de los móviles, la explosión es tremenda porque el móvil va con batería y no está conectado a ninguna red. Es una de las funciones fundamentales, ves la película

desde el móvil. Hoy en día, esto no va a cambiar rápidamente, además también estamos viendo como en otros sitios, en España, por ejemplo, dada la crisis, las formas de consumo cambian. En Nigeria, en los años noventa el tema fundamental fue la la reestructuración de la deuda. Ahora nos está pasando lo mismo, también estamos aprendiendo y no es casual que España sea con Suecia el número uno de piratas de Europa y del mundo prácticamente, en contenidos audiovisuales. Aquí el tema no es si el cine ha muerto o no, si hay alguna cuestión, es qué tipo de cine se puede trabajar hoy en día. Yo creo que cuando por fin se tiene una industria como se tiene, en el caso de los tres ejemplos en los que tú trabajas Hollywood, Bollywood y Nollywood, desde ahí van a surgir y se van a repetir muchísimas de las propuestas. Evidentemente ya hay una especie de Indie producido por nigerianos, y evidentemente el cine que no es Nollywood tiene dos o tres tipos distintos también. Incluso hay directores que transitan de un género a otro para sobrevivir, que eso es la vida, eso es lo bonito del cine que día a día la industria te obliga a readaptarte.

Pregunta: Centrándonos en los modelos de negocio, ahora empezamos a hablar de distribución, Nigeria ha encontrado un sistema híbrido de distribución que está entre la venta local en mercados, la venta en internet, sobre todo a partir de los años 2010/2011 totalmente estabilizada en lo que es Nigeria, y en base a esta dicotomía han establecido un sistema de distribución estable. ¿Cómo se puede definir o explicar esta situación?

B.L.R.: Lo primero, a mí me encantaría saber qué porcentaje es, hablando de distribución, qué porcentaje es diaspórico y qué porcentaje es local. Me interesa saber eso porque parece que sí que todo se consume en internet, pero también tiene que haber consumo interno en el país.

Pregunta: Los estudios que manejo aportados por el Nollywood Center de la Pan African University (PAU) dicen que el consumo interno es brutal, lo que pasa hay que unos datos totalmente diluidos entre lo que se compra en mercados, y lo que se consume a través de Internet y entonces, realmente los datos de

distribución, están muy sesgados. Si en el año 2011 se producían dos mil películas y en el año 2012 se producían dos mil cien, es que el consumo está subiendo, porque al final el cine es un negocio, y si no hay venta no asciende la producción. Por eso nos cuestionamos, ¿Cuál es la ventana principal de ingreso?

B.L.R.: Su modelo de producción es que sólo cobran por las últimas, que son las que la población va a querer ver, evidentemente. Que, desde Estados Unidos, Netflix y este tipo de empresas distribuidoras estén ahora produciendo series originales y películas y que sean estos contenidos los que más se ven quiere decir que hay un modelo en tránsito. HBO hace nada realizó una película que no salió en cines, o sea, no había ningún interés en estrenarla en cines, se distribuyó en sus canales y es una película de un presupuesto considerable. Entonces el camino es ésto, hoy en día se están aliando con un montón de plataformas con este tipo de accesos tienes en Netflix y sacan rentabilidad de sobra.

Pregunta: Hablando de distribución, hemos comentado de Nollywood el tema de la venta a través de mercados e internet. Centrándonos en el mundo estadounidense y en menor medida en el europeo... pero, en un mundo que está tan preocupado por la piratería y porque no se adapta muy bien al acceso a internet, sin embargo, Nollywood ha hecho de internet una bandera y un medio de difusión. ¿Qué supone internet en la industria cinematográfica en Nollywood pero en África en general, cómo ha sido está acogida de los contenidos en internet?

B.L.R.: No tengo muchos datos de ésto, porque las veces que he estado en África, además, ha sido en el ámbito de festivales. Pero por lo que se publica y por las sensaciones que puedes tener, yo creo que, en el caso de África, internet es lo que hace que se mantenga el cine y que siga creciendo. Es el espacio que está llamado a ser la plataforma por antonomasia de contenidos audiovisuales, evidentemente, ahí no hay ningún tipo de duda. A nivel comparativo con otros

sitios, en el caso de Estados Unidos, tiene una cosa y es que responde muy rápido a las necesidades del mercado, a los cambios globales que se producen, más que Europa. Y yo creo que, en sus plataformas crecientes, como Netflix y otras, tan baratas en comparación a lo que aquí se podría plantear, están respondiendo a eso. No quieren quedarse sin la parte que les corresponde del pastel, pero saben que tienen que convertirse a las plataformas de internet, y hoy en día sabes que muchísimas series, puedes verlas en canal de pago, que sale muy barato o por lo menos el consumidor medio estadounidense ha asumido que quiere cada mes pagar un porcentaje de su sueldo para tener una pantalla de plasma a la que le llegan unos contenidos de calidad máxima, esa es la diferencia evidentemente, tanto con África, como con Europa.

En EE.UU. han sido capaces de crear un nivel diferente de actos de consumo específicos, entonces tienes una película, a la que vas y tienes sillones de cuero con masajes y bebida incluida, y pagas treinta euros por esa película en ese espacio único. Y tienes la opción de pagar solo diez euros al mes, para poder llegar a las ocho de la noche después de tres horas en el metro, y poder ver la película con tu sistema de sonido envolvente etc. Además de tener la opción de abrir el ordenador o la pantalla de su móvil, cuando estás en el metro o en el trabajo. Y evidentemente en Estados Unidos hay una cosa fundamental que es el movimiento, también enorme, de trasvase de población del campo a la ciudad, que se está produciendo en los últimos años y que está creando además otros hábitos de consumo. Las últimas estadísticas que leía yo, es que los *millenians* no quieren comprarse coches, pero sí quieren estar siempre absolutamente interconectados. Están yendo mucho menos al cine, al cine convencional, pero se están creando nuevos espacios en los que se pueden recuperar otro tipo de películas, en el que el papel del programador o comisario está adquiriendo una preeminencia absoluta, como mediador, y ese es otro ámbito muy interesante para trabajar también. En Estados Unidos, me repito, creo que son muy hábiles y que van a saber mapear y analizar la situación actual y ser capaz de rentabilizarla. Pero bueno ese es el tema, lo importante ahora no es qué estudio está produciendo una película, es que cada vez cuesta más tener

el acceso a Internet desde tú casa, porque saben que como están perdiendo dinero, los mismos conglomerados, o sea, la empresa de Internet es la misma que produce la película en el estudio de Los Ángeles. Pensamos que son ámbitos distintos, pero cuando lo miras en profundidad son los mismos.

Pregunta: Bueno, enlazando ésto con el tema de la exhibición, porque claro, cuando realmente ya accedemos a los contenidos a través de internet se diluye la dicotomía entre distribución y exhibición, en el caso de Nigeria, ¿está cambiando la forma de ir al cine como experiencia colectiva?

B.L.R.: Por lo que yo se en los últimos años, que están construyendo un montón de multiplex en las ciudades. Durante un montón de años se perdieron muchísimos, se cerraron muchos, pero ahora están volviendo a abrir.

Pregunta: ¿se construyen más cines por la explosión de Nollywood? ¿Ésto está llevando a que se cree la necesidad de otro tipo de experiencia espectral para que la gente vea más películas?

B.L.R.: Puede ser la pescadilla que se muerde la cola. Yo creo que hay un crecimiento económico de una etapa de clase alta-media exponencial en los últimos años en Nigeria y está exigiendo este tipo de experiencia de ocio. Se están construyendo multicines para este tipo de poblaciones, evidentemente ésto es uno de los grandes problemas de las comunidades a puertas cerradas, dónde tienen sus centros comerciales que no le envidian para nada a uno de Dubai, y tienen sus espacios de ocio, y esta población está en crecimiento. Evidentemente crece la población de clase media-baja y se está creando un terrorífico vacío entre las dos poblaciones. Lo que pasa es que es verdad, que el cine como espectáculo popular en el que se mezclaban las clases, los géneros y demás, yo creo que ha pasado, tristemente, en el mundo bipolar en el que las diferencias están creciendo. Se están reabriendo cines, que están construyendo nuevos cines multiplex en los que la mayoría son películas extranjeras. No nos llevemos engaño, hay un porcentaje, y por eso muchos directores nigerianos

quieren hacer películas de mayor calidad, para poder entrar también en ese circuito que se está recuperando.

Pregunta: Una reflexión sobre diferencias y semejanzas entre Nollywood, Bollywood y Hollywood. En esta línea, por dar algunas pinceladas, ¿qué podrías poner en común y como diferencia en estos modelos?

B.L.R.: Creo que el mercado es lo más importante en cuanto a semejanzas. El hecho de que Estados Unidos, la India y Nigeria, los tres, tienen poblaciones que, a pesar de sus diferencias, porque es verdad que están marcadas en distintas zonas, han conseguido que el cine se convierta, casi en un arma de identidad nacional, y de la que ellos se sienten orgullosos y a la que ellos recurren. Y que han conseguido además también, yo incluso diría que otro de los aspectos comunes, es que tanto la India como EE.UU. como ahora Nigeria, se han convertido en referentes de otros países satélites, bueno Estados Unidos de todo el mundo, pero la India ha llegado a muchísimos países fuera, y además de las poblaciones no solo de la diáspora propia. La percepción es que han conseguido llegar a responder a ciertas ansiedades o necesidades de un público que ellos han sido capaces de comunicar de una manera tremenda, eso me parece fundamental. Nollywood creo que es la primera industria africana. Pero si hablamos de Egipto, que era el modelo inicial en otra época y con otro tipo de planteamientos, tuvo muchísimo apoyo gubernamental, había una industria pujante en su momento. Entonces yo creo que semejanzas hay muchas pero la diferencia fundamental yo creo es el momento histórico de surgimiento y el digital. Creo además ahí es donde Nollywood tiene la mayor posibilidad de enseñar al resto del mundo cómo utilizar eso, de ser capaz de utilizar nuevas tecnologías y adaptarse. Creo que la capacidad de adaptabilidad de dar respuesta a situaciones muy complejas porque Hollywood y Bollywood tenían unas estructuras industriales muy fuertes, también con sus jerarquías. Nollywood no, pero me gustaría saber qué pasa en veinte años.

Creo que probablemente, y ellos están intentando hacer esto, me consta que hay directores y productores que admiran, lo que pasa en la India, lo que pasa en EE.UU. pero por ahora los proyectos de construir una ciudad del cine que funcione y demás, no da los resultados que se esperaban en Nigeria, y lo intentan, pero es que es casi imposible en una industria o en un país donde la economía informal alcanza un ochenta por ciento. La India, aunque nos parezca eso, que la división de castas, de clases sociales es tremenda, es una sociedad superestructurada con una historia de miles y miles de años. La ruptura que se produjo en Nigeria, durante el colonialismo rompió absolutamente con su devenir histórico, y ellos resurgen además, yo creo que no de manera casual, en un momento de crisis absolutamente económica, de crisis de valores, en el que el mundo además ya, desde que cae el muro de Berlín y realmente aparece el capitalismo a gran nivel, Nigeria se ve con la seguridad de aprender una de todo ésto, y los que hicieron todo ésto, sabían que necesitaban rentabilizar, y eso lo ví cuando me reuní con Iroko. La gente que está trabajando ahora en las plataformas de internet son antiguos brokers de la bolsa de Nueva York, que cuando se inicia la crisis se empezaron a meter ahí, son personas que quieren rentabilizar un fenómeno cultural que en este caso son las películas de Nollywood y también que es muy interesante el fenómeno musical, eso es impresionante. Pero yo creo que el valor de Nollywood es su capacidad de utilizar las tecnologías de una manera creativa y aprovechar un mercado informal para crear una industria.

1. 5. Entrevista realizada a Jose María Álvarez Monzoncillo, catedrático de la Universidad Rey Juan Carlos.

Transcripción de la entrevista realizada el 14 de noviembre de 2015.

Pregunta: Dado el contexto de investigación propuesta me gustaría saber cual es su opinión respecto al modelo imperante de producción en Hollywood en este momento.

JM. A. M.: El modelo imperante en Hollywood son las *major*, y la tendencia a pocas películas, grandes *blockbuster* producidas en el resto del mundo, no producidas en Hollywood y distribuidas en resto del mundo en todas las ventanas, defendiendo el modelo clásico y no apostando por el modelo moderno que todavía no existe.

Pregunta: Es decir, ¿el modelo clásico de productora, distribuidora, exhibidora?

JM. A. M.: Esperando a que llegue el modelo moderno que va tan deprisa pero que veinte años después va lento y que todavía no se ve que haya modelo. Esa idea es muy importante. Todo el mundo habla del nuevo modelo, pero el nuevo modelo tarda mucho, y Hollywood no apuesta por el nuevo modelo.

Pregunta: ¿Porqué Hollywood no apuesta por el nuevo modelo?

JM. A. M.: Porque no lo ve, no sale rentable. Porque en el mundo la gente no quiere pagar en internet por ver películas, por ejemplo, España. Y sin embargo en Digital Plus y en HBO, pagan por adelantado para que haga películas.

Pregunta: O sea que el modelo de las ventanas y de la corriente de costes ¿se sigue manteniendo tal cuál?

JM. A. M.: Intenta Hollywood que se mantenga, otra cosa distinta, es que lo consiga. Pero el nuevo modelo de distribución global de películas es un modelo muy complejo que no acaba de desarrollarse y el modelo de Netflix es un modelo

también donde las *major* les venden las películas y las series ya una vez amortizado en el resto de los canales. Es casi un canal secundario, un canal muy barato, es un canal que apenas trae beneficios ni tiene recursos.

Pregunta: Por que ... ¿a día de hoy es muy caro producir en Hollywood?

JM. A. M.: Si, fundamentalmente. Pero no van a sitios baratos como España a producir, a España tampoco vienen. Por que no hay profesiones, no es que lo diga yo, no hay formación, no hay gente preparada. No estamos acostumbrados, no estamos preparados. La industria técnicamente no esta preparada. En España una empresa seria incapaz de hacer Avatar 5, no lo vas a encontrar. Entonces Hollywood se esta yendo mas hacia “los globos” , pequeñas empresas que están apareciendo en otros mercados donde la gente viaja y se monta sus empresas en otros países donde hay un entorno laboral y fiscal mas agradable por ejemplo Dubai.

Pregunta: ¿Se esta concentrando la distribución y la exhibición y se esta deslocalizando la producción?

JM. A. M.: Hollywood tiene una distribución global pero no se esta concentrando necesariamente. Porque, por ejemplo en el mercado chino, en el mercado de la india que de donde esta situando todo el mercado asiático, no se trata solo de que las productoras sean pocas y se concentre el mercado si no mas bien las condiciones que le ponen para entrar a ese mercado. Por ejemplo, en China. Hablar de concentración en el mundo es muy complejo, bueno Hollywood si tiene las *major* y las empresas que están allí y los grandes grupos multimedia indirectamente de una norma a otra. Esa es mi idea, y deslocalizando la producción, los costes y otras variables, es un proceso mucho mas ágil. Actuar con empresas que actúan a nivel global, no tienen que ser grandes empresas, son pequeñas empresas que funcionan.

Pregunta: Retrocediendo en la línea temporal, cuando hablamos de Nollywood, su actividad comienza en los años 90, una de estas razones que nos lleva a este desarrollo es la introducción del video y los sistemas de grabación y producción digital en esa época. Si miramos a Hollywood, ¿qué supuso la transformación digital en esta época en el cine?

JM. A. M.: En Hollywood ocurrió lo mismo, bajaron costes y consiguieron abaratar los efectos especiales, en términos generales, igual que en el otro lado. Lo que pasa que una película no solamente es en sí mismo el abaratamiento por la utilización de una cámara mas barata y hacer una edición más barata, que es verdad, también si pretendes hacer en formato digital además de eso, más profesional, vas incrementando el salario. Pero evidentemente los efectos especiales se han podido conseguir de forma más barata que lo que se hacía en la era analógica y se ha podido grabar mas barato. Lo que pasa que Hollywood no solamente tiene ese coste, en Bollywood, han hecho eso, pero claro, no tienen por ejemplo millones y millones para hacer una campaña mundial en promoción. Son distintas formas de hacer películas.

Pregunta: Entonces, ¿podríamos decir que una de las características fundamentales de este mercado que ha sido siempre a lo largo de su historia es su gran inversión en marketing y publicidad, algo que le diferencia otros mercados?

JM. A. M.: En Hollywood si en el resto Europa no, porque no tienen aspiraciones globales, el objetivo es hacer una película, más que intentar venderla.

Pregunta: ¿Y por que no existen esas aspiraciones globales?

JM. A. M.: Bueno porque no hay capacidad financiera, no se aspira a ello, se busca mas el aspecto artístico que el negocio. La gente quiere hacer arte y luego, en segundo plano, negocio, pero al final no es así. Los países quieren apoyar el arte y no el negocio. Son dos conceptos distintos. En Estados Unidos siempre

fue negocio y en el resto del mundo nunca se planteo. Y al no ser nunca negocio, lo que el cine ha estado siempre haciendo es pedir sistemas de protección o ayudas para hacer algo que no es negocio. Si fuera negocio en si mismo no pedirían dinero. Históricamente la percepción ha sido así. Desde los orígenes de Hollywood el sistema financiero se metió en la producción porque era ganar dinero y aquí en Europa los banco o las cajas nunca se han metido en la producción de películas porque no es rentable, sin embargo, si que quisieron meterse en la construcción de viviendas porque era rentable. Son dos percepciones distintas de negocio.

Pregunta: Por ejemplo, una de las grandes crisis que hubo en Hollywood fue la caída de la producción y de los beneficios cuando llego la televisión en los años 50. Sin embargo, esta caída se recupero y la televisión fue una de las principales ventanas en el ciclo de vida de venta de películas.

JM. A. M.: Y no sólo ventanas, fue la primera fuente de financiación como lo sigue siendo ahora.

Pregunta: ¿Y podríamos hablar de un momento parecido en la era de Internet? ¿Estamos en una crisis que se va a recuperar para convertirse en una de las primeras ventanas?

JM. A. M.: Podría ser, en la actualidad le está afectado negativamente a toda la industria de Hollywood. Lo que pasa es que a las compañías les ha ido mejor por la vía de ingresos en Asia. Han caído los ingresos en el primer mundo por internet y esto está cuestionando el modelo de negocio internacional pero también hay que reconocer que en Asia los ingresos están siendo mayores. Dicho de otra manera, los ingresos que tenia hace 25 años Hollywood en China, eran casi insignificantes y ahora son significantes. Eso puede suplir ese crecimiento y la pérdida de ingresos de Hollywood en Europa, que va a menos.

Pregunta: ¿Por qué se cuestiona el modelo de producción o de negocio tradicional? ¿Porque se diluyen la distribución y la exhibición cuando hablamos de internet?

JM. A. M.: Si, y también en parte el exhibidor. Las cadenas cada vez tienen menos poder, los distribuidores tienen menos poder, ya no controlan otras ventanas que desaparecen como el DVD. Todo esto sumado con la piratería, son otra de las dificultades que tiene este modelo de producción.

El modelo tradicional les permitía a las compañías de Hollywood controlar el conjunto de la cadena de valor. Con internet esa cadena de valor cada vez es mas incontrolable, el usuario tiene cada vez mas fuerza. ¿Es hacia donde vamos? ¿Puede ser que acabemos solo en una ventana y que la gente solo vea internet? ¿Y que las películas solo viajen por internet?, pues eso va a ser complicado...

Pregunta: Nigeria ha erigido una industria sobre un mercado pirata que su inicio era pirata y han hecho de esto una bandera, de un mercado sumergido han pasado a tener una media de 200 millones de euros de producto interior bruto, solo generado a partir de la industria cinematográfica. En el caso contrario, encontramos mucha preocupación por este tema, ¿la piratería ha hecho tanto daño en Estados unidos?

JM. A. M.: No, en Estados Unidos no, pero sí en las ventas en el mundo como por ejemplo en mercados como España, tampoco tenemos muchos datos, ahí hay muchas variables, pero evidentemente hay mucha gente que esta consumiendo películas y series en el mercado pirata y que de otra manera estaría dando ingresos. Pero no me meto tanto en el daño como que el control, lo ha perdido, el control de lo que se ve y en estas ventanas, en estos timings, esto se está cuestionado. Porque hay ahora más desestabilización, la piratería yo creo que ha hecho daño no hay mas que preguntar a la gente. La gente que opta por ver una película pirata en lugar de ir al cine o comprar o alquilar un DVD,

es una obviedad... ¿cuanto facturaba un blockbuster en España antes, hace 15 o 20 años? o las taquillas cuando eran 1000 millones de euros y ahora estamos en 500... ¿algo a caído, no? Lo que no entiendo es lo de Nollywood pero es que es un tema muy complicado, porque los 200 millones de euros... ¿como lo rentabilizan?, no lo sé. Ya se que es un modelo de producción, pero están atrayendo a empresas que van allí a hacer cosas muy baratas, eso es un foco, se ha creado un tejido empresarial y un tejido institucional que permite hacer una película aunque el tejido institucional sea ilegal y paralelo al margen de las leyes, pero la cuestión es que funcione y sea eficiente.

Pregunta: Siguiendo con el tema del cine digital, ¿cómo se gestiona en Estados Unidos la llegada de las plataformas de cine online?

JM. A. M.: Hollywood intentó varias veces vender películas por la red pero no le funcionó entonces la única plataforma que está, medianamente funcionando, es Netflix. Entonces Hollywood, no le quiere dar películas a Netflix, sería una locura y por otro lado sigue siendo rentable distribuir por televisión de pago, por el "cable" de Estados Unidos, porque todavía hay suscriptores que pagan por ver televisión, por ver películas mientras que el modelo de Netflix, es un modelo donde las películas van a morir allí, a Internet, es como si fuera una televisión generalista ya sin suscripción y bastante económica, pero donde el producto esta muy quemado, éste es un poco el modelo. ¿como se ha gestionado? La pregunta es, ¿como se esta gestionando? Si Netflix, por ejemplo, quiere tener mas dominios, se tendrá que meter en la producción, pero para meterse en la producción hay que tener recursos y hacer las cosas bien, no es tan fácil.

Pregunta: ¿eso sería el modelo de HBO?

JM. A. M.: Si pero no es fácil de hacer, los modelos son modelos, pero no se pueden copiar. El modelo de HBO es hacer películas y series de éxito, pero ... ¿cómo se hace esto? Entonces seria fácil copiar el modelo, seria como hacer un coche bueno, un teléfono bueno o hacer una universidad buena .

Yo no creo que eso depende de la matemática. Por eso en las empresas tiene que haber innovación, talento y creatividad y sobre todo tiene que haber un cliente que pague. También es necesario que haya publicidad, promoción y marca. No es tan fácil. No hay mucha receta para hacer coches. Los alemanes se han quedado con la industria del automóvil casi a nivel internacional. ¿Por que? No se sabe. Toyota empezó en el año 45 y era la idea de un ingeniero y en estos momentos es el primer fabricante del mundo. ¿Por que no lo consigue otra empresa de otro país?, no se sabe. Yo tengo el mismo planteamiento: no hay modelos que se puedan copiar. La cuestión es que Netflix tiene que hacer películas de éxito, porque si hace películas que no son de éxito no va a sacar dinero.

Pregunta: ¿Porqué llegar a acuerdos con las *majors* les va a costar muchísimo?

JM. A. M.: No se les van a dar los contenidos, sería una locura y eso es imposible, de hecho, se lo va a dar a varios para que compitan. No se lo va a dar a Netflix para que dentro de 15 o 20 años el distribuidor global de películas en la red sea Netflix. Si sólo hay una empresa, entonces ¿quién pondrá las condiciones de compra? Netflix, y eso no se lo van a permitir. Para sobrevivir llegaran a un acuerdo, de hecho, podrían comprar Netflix, vale poco dinero para ellos.

Pregunta: ¿Cree que es posible contener esta tendencia?

JM. A. M.: Bueno podemos poner varios escenarios, yo lo escribí en uno de mis libros, hay 3 escenarios: Uno de ellos es que se vaya todo al traste. Hay un escenario donde los grupos de comunicación se acaban, es decir nadie lee nada, los periódicos desaparecen, las noticias están en la red pero son todas libero, casi todas mentiras sin confirmar.

Pregunta: ¿un Apocalipsis cultural?

JM. A. M.: Bueno no tiene por que ser cultural, yo hablo de las empresas de entretenimiento, no tiene por que ser un Apocalipsis cultural, puede que pueda seguir existiendo la opera, el teatro. No tiene nada que ver con la cultura, yo lo veo mas desde empresas de entretenimiento. Time Warner puede existir dentro de x años, no lo sé, pero ese modelo esta encima de la mesa.

Otro modelo es que las empresas se apoderan de la red y por tanto la empresa la acaba destruyendo. Bien es verdad que es una tecnología que bastante difícil controlar. Por no decir imposible. Esto ya se intento controlar con las anteriores innovaciones tecnológicas. Por eso no es fácil comparar la televisión con internet. La televisión era muy fácil de controlar, una licencia, unas frecuencias que se emiten, un gobierno que da esa licencia y un modelo de broadcasting que no es interactivo. En cambio, en la red estamos hablando de arquitecturas que no se saben donde están porque cambia el nudo de información. Entonces el modelo de futuro de la información, yo tampoco lo tengo claro, puede que internet se convierta en la única ventana de amortización, pero lo que tengo muy claro es que no va a ser solo una única empresa, un monopolio mundial de Netflix y el resto produciendo seria una locura. En todo caso habrá muchas plataformas que vayan vendiendo las películas por suscripción, también gratuitamente, y de pago directo. También habrá plataformas donde haya películas que ya están quemadas en mercado y las puedes ver allí, y otras plataformas donde tengas el estreno y los precios sean distintos.

Pregunta: ¿Podríamos establecer diferencias o semejanzas entre los 3 modelos del estudio?

JM. A. M.: Es muy distinto, en Hollywood también hay serie B, también hay muchas empresas independientes de las *major* que hacen cine independiente o películas independientes... El concepto independiente también se ha malinterpretado, traducido mal utilizado en Europa. En Hollywood existen unas empresas muy fuertes que tienen capacidad de adaptarse al mercado, a las innovaciones del mercado con una estrategia global que intenta ganar dinero

y maximizar su beneficio. No siempre ha sido así, muchas veces les ha ido mal, depende de qué empresas, no a todas les ha ido igual de bien, hay altibajos. Y comparar eso con un modelo de Bollywood pues, es complejo.

Pregunta: ¿Y no tendríamos esa misma estrategia global, o ese mismo planteamiento en la India que vende contenidos en Asia y África?

JM. A. M.: Ya, pero al resto de los continentes no, porque no están pensando en hacer eso, o porque es muy difícil de hacer, o porque no pueden competir. Todo el mundo puede tener estrategia global, otra cosa es que la puedas llevar a cabo. Estrategia global tiene todo el mundo, no conozco a ningún empresario que no quiera vender para todo el mundo, la estrategia la tiene, otra cosa es que lo consiga o no. Hay barreras culturales, hay barreras comerciales, hay barreras legislativas, hay barreras como la de que tu producto no sea competitivo. Pero todas las empresas y países tienen una estrategia global.

Pregunta: Cuando hablamos de mercados internacionales, ¿podríamos decir que Bollywood sí que tiene cabida en una serie de territorios y de países con unas limitaciones de censura en las que no puede entrar Hollywood muchas veces?

JM. A. M.: Quizás, llega al Norte Africa, también al mundo árabe y cerca de la India, pero al resto del mundo es muy difícil, al resto no llegan sus películas ni sus series. En España, Francia, en toda Europa es muy difícil, en Norteamérica y América latina es imposible y al mercado chino tampoco llega. Es un mercado muy localizado, el modelo no lo conseguirá, pero, si alguna empresa de Bollywood se pueda asociar con alguna empresa norteamericana o europea y tengan la capacidad de hacer un producto global y competitivo en el mundo, eso puede ser. En este punto es donde nos encontramos.

Pregunta: Dadas las cotas de producción que hay en la India y dado que ellas siguen manteniendo un modelo de exhibición en salas como fuente primordial, ¿Hollywood ha manifestado interés estos últimos años por entrar en el mercado indio?

JM. A. M.: Si, pero con problemas y con barreras culturales, y dificultad de contactar con exhibidores y distribuidores. No saben donde está el dueño del cine ni que cines son en los que se va a poner la película. Hay dudas sobre como controlar la entrada, dudas sobre si venderla a tanto alzado o a porcentaje. Estos son los problemas en estos países. Pero Hollywood claro que quiere entrar ahí, es un mercado emergente, un país emergente como China, India, Brasil o Rusia, este último, ya no tan emergente porque se esta cuestionado su propio crecimiento. El mercado ruso tiene un modelo basado en las exportaciones y costes baratos. Evidentemente Hollywood quiere entrar, son muchos millones de personas en un país que va creciendo, donde hay cada vez un porcentaje de población con mayor poder adquisitivo. Pero el cómo entra... influyen los gustos de cada país. Las películas de la India tampoco tienen mucho proactivo para accidente, son baratas, tienen temáticas muy clásicas y casi todas se fundamentan en lo mismo.

1. 6. Entrevista a Pedro Ortuño Mengual, profesor de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Murcia y director del documental “The other side of Bollywood” (2007).

Transcripción de la entrevista realizada el 30 de septiembre de 2015.

Pregunta: ¿De dónde parte la idea de realizar un documental sobre “El otro Bollywood”?

P. O.: Trabajo bastante pues temas de videoarte e instalación multimedia. La idea de ir a la India surge a raíz de unas becas que había antes de la CAM. Unas becas de arte contemporáneo de la caja de ahorros del mediterráneo que han desaparecido. Eran unas becas que estaban bien dotadas, y a las que me presenté creo que fue en el 2004. Ya había trabajado con anterioridad sobre este y otro tipo de otros cines. Aquí en España había hecho varios proyectos en Barcelona, una instalación en la Fundación Metrónom que trataba sobre el cine realizado por lo que se vino a llamar posteriormente como la escuela de Barcelona, se creo a mediados los años 60 en Barcelona. Realicé una instalación titulada "Les linies del cel: trencadis de un horitzó" con varias pantallas de vídeo donde mostraba entrevistas a cineastas que utilizaron sus cámaras para reivindicar, para hablar de la ciudad desde una perspectiva política en el contexto del final del franquismo. Entonces ese proyecto lo fui exponiendo en varias ciudades. Y cuando surgió lo de presentarme a esta beca pensé que podría ser interesante analizar el cine de Bollywood pues continuando con esta idea del cine reivindicativo e independiente, la idea era intentar investigar un poco. Me llamó la atención que un país como la India, sea el primer productor mundial de películas. Pero claro, cuando fui y cuando presenté el proyecto, Bollywood no era tan conocido como ahora. Apenas aquí llegaba alguna que otra producción de la India y tenía poca información. También se había escrito poco sobre el tema. Y tenía algo de información, pero me resultaba difícil por ejemplo, acceder a las películas.

Pregunta: Además, estamos hablando del año 2002 en aquel momento no teníamos aún YouTube o algún tipo de plataforma en internet.

P. O.: Yo lo interesante es que viví un poco la transición digital. Es decir, cuando fui a la India lo digital no había llegado todavía. Había distribución, por ejemplo, a través del DVD. Muchos cineastas independientes o alternativos distribuían sus películas a través de DVD, pero todavía no se podían subir a plataformas digitales. Era complejo. Fue interesante porque pude ver ese cambio. Se rodaba todo en celuloide y a parte de esto, el tema digital estaba poco desarrollado.

Pregunta: A mí esto me llama mucho la atención porque hablamos de una época en que el vídeo digital está plenamente integrado y sin embargo se siguen haciendo mil películas más o menos de media anual y en celuloide con los costes que eso implica, ¿cómo se puede definir el cine indio?

P.O.: Cuando fui a Deli, por ejemplo, había un mercado en el centro de la ciudad donde había distribuidoras de cine que enviaban películas para todo el país. Me llamó mucho la atención, las personas que iban con las latas de celuloide sobre la cabeza. Así es como empiezo yo de alguna forma mi película siguiendo a estos portadores de películas, que van por las calles cargándolas en los camiones etcétera...

Pregunta: ¿Por qué esto es así? Porque la actitud que tienen en la India, es sencillo de entender, una vez que estás ahí, lo comprendes. En la India no hay ningún tipo de actividad cultural excepto en las grandes ciudades. Cuando uno se adentra en lo que es la India rural, en los pueblos, o ciudades más pequeñas prácticamente no hay ningún tipo de entretenimiento.

P.O.: El único entretenimiento (así lo llaman allí) es el cine. Entonces, ¿qué sucede? que hay muchas salas de cine por todo el país, es una industria bastante grande que tiene este tipo de formato, el cine de celuloide. Las salas de cine son antiquísimas, los proyectores también. El sistema lo tienen

establecido así. Una noche, en un pequeño pueblo de Rajastán que ahora no recuerdo el nombre, observé que la única actividad que se podía hacer era ir al cine, allí prácticamente no hay bares para alternar, no hay discotecas para la gente joven, porque la mayoría las parejas son concertadas y no tienen la necesidad de salir por la noche, como sucede por ejemplo aquí en España, y la cultura es muy distinta en cuanto a la concepción que podemos tener nosotros de salir a divertirse. Que una mujer salga por la noche se entiende en el ámbito de la prostitución. Tampoco hay teatros, sólo en las grandes ciudades. Además, hace un calor sofocante durante el día. Muchas veces las temperaturas son tremendas y claro, al entrar en el cine, te olvidas de la realidad aquella tan dura. Los cines son muy precarios y accesibles económicamente. Entonces la gente va al cine y de alguna forma pasa la tarde viendo una película, se ríen, hay música, canciones populares etc. Muchas de esas películas son también como telenovelas, son como las telenovelas latinoamericanas que vemos nosotros aquí en España. Allí en vez de rodar telenovelas, ruedan películas en celuloide y las distribuyen en los cines y posteriormente en la televisión. Yo he estado en muchos estudios de cine y me llamaba bastante la atención cómo es posible que algo tan “cutre” o poco cuidado lo rodasen en celuloide. Fui a un estudio de televisión, un estudio muy sencillo y la gente, los actores y actrices iban muy exageradamente maquillados. Realmente me parecía similar a la telenovela que se hace en latinoamericana o aquí en España, se ha estado haciendo durante mucho tiempo, pero rodado en cine. Creo que también es una cuestión de distribución. Luego también lo pasarán en las cadenas locales, porque hay muchísimas, creo que más de 50 cadenas de televisión que están emitiendo cine en el país.

Pregunta: Sí, al parecer la siguiente ventana más grande de exhibición, después del cine es la televisión y la tercera ventana es la música de las películas de Bolywood. Realmente es un enjambre ahí empresarial curioso que tenga ese recorrido y que la música sea el tercer ingreso. Es un dato que me ha llamado mucho la atención.

P.O.: Esto es un poco lo que yo percibí. También es cierto que en la India existe la censura, que depende del ministerio y para poder emitir cualquier película la distribuidora ha de tener el certificado de los censores. Entrevisté a una persona de la política que me explicó como funcionaba la censura. Se reúnen periódicamente para ver las producciones que solicitan el certificado, y a estas reuniones van personas representantes a todas las religiones del país, políticos gubernamentales e intentan preservar las tradiciones. El certificado de censura es lo primero que se proyecta de la película en un cine. O sea, cuando tienes el certificado de la censura, tienes el visto bueno para que esa película se pueda emitir en el país. Esto también provoca que la producción sea muy grande y que no entren películas occidentales, porque la mayoría no pasan este certificado de censura y solamente se permiten producciones extranjeras en ciertas salas de las grandes ciudades.

Pregunta: ¿Se podría decir que este certificado de censura tiene una doble vertiente? Por un lado, lo que comentas a nivel social, una protección de los contenidos pero que también como una protección comercial ante el cine extranjero.

P.O.: Claro, y también de alguna una forma, en la India son antiimperialistas por sistema. Es decir, que tienen una idea preservar su cultura mucho más arraigada de lo que podamos tener aquí en Europa. Aquí no nos importa que la mayoría de películas sean norteamericanas, no hay un criterio ni reflexión de porqué están llegando este tipo de películas, etcétera... Sin embargo, allí no las dejan pasar, o pasan a determinados cines que son mas caros a los que tiene acceso muy poca gente, de clase media o alta pero no llegan al público en general. El cine norteamericano es muy violento y allí esto no sucede, este cine no se conoce. Hay otro tipo de violencia en la India. Pero claro el ministerio de censura del país y de alguna forma el gobierno, está detrás de todo lo que se emite y de lo que no se emite, financia también un determinado tipo de cine. Por ejemplo,

el cine de Bolywood tiene muchas subvenciones. En los años 70 y 80 se apoyaba más el cine independiente como el de Satyajit Ray.

Pregunta: Quería que me comentases el modelo de producción, si es privado, si es público, el organigrama de las empresas y los centros de producción.

P.O.: A mi sobre todo me interesaba el otro cine, el cine alternativo, el cine independiente, el cine paralelo que es como le llaman allí, alternativo a Bollywood. Y gracias a esto conozco un poco el cine de Bollywood. Hay muchos productores que se lanza al tema de la industria cinematográfica, gente que tiene bastante dinero y que produce 6, 7 o 10 películas al año tranquilamente. Entonces, cuando hablaba con ellos me decían que, si se producen por ejemplo 10 películas, pues a lo mejor con que una o dos les salgan rentables, ya amortizan todo lo demás, y las otras acaban vendiendo los derechos a las televisiones locales y más o menos, recuperar el dinero invertido. Muchos de estos productores, también son los dueños de cadenas de televisión y tienen que estar produciendo constantemente contenidos. Los lanzan al mercado del cine, pero si no funcionan como esperaban, luego lo amortizan en las diferentes cadenas televisivas.

Pregunta: ¿Existe esa rentabilidad siempre?

P.O.: Recuerdo una vez que estuve en un rodaje y el director era un chico de 18 años que no había rodado nunca nada, sólo había hecho un corto, pero había encontrado un productor que estaba financiando la película. Yo estaba muy sorprendido y el productor estaba muy centrado en los actores y actrices, que a lo mejor son los hijos, o las hijas de alguien que también invierte en la película. También es cierto que las películas de allí no tienen el coste que puedan tener aquí en España, por ejemplo. El cine de celuloide, las grandes producciones cinematográficas con unos medios determinados, no son procesos tan caros como en Europa, por ejemplo, y es más fácil conseguir rentabilidad de los contenidos que producen.

Pregunta: ¿tienen el proceso, la infraestructura, para hacer el revelado y el positivado mucho más establecido, con lo cuál el coste baja considerablemente?

P.O.: Sí, la verdad es que sí.

Pregunta: ¿y es un modelo es público, semipúblico, privado?

P.O.: Hay de todo, por ejemplo, hablando con la gente allí, me comentaban que también dependen del gobierno de turno que esté en ese momento. Durante una época, en los años 70 pues hubo un cine independiente apoyado por el gobierno que eran películas más realistas. Cuando yo estuve, sin embargo, esto había cambiado radicalmente y este tipo de películas no tenían subvención y además era complicado que obtuviesen el certificado de censura para acceder a la exhibición o a la televisión. Entonces, ¿qué sucede?, que el modelo que se fomenta es el de Bollywood. Las películas de Bollywood venden bastante por todo el sudeste asiático y los países del norte de África y en Sudáfrica. Si una película exhibida en los cines no tiene mucho éxito en la India que es inmensa, la pueden distribuir en estos otros países. El coste de los rodajes, los actores, etc... no creo que sea muy elevado. Depende también de la película, hay películas que son grandes producciones, pero hay muchas de estas películas que se producen con menos recursos, casi todo se graba en estudio, como una telenovela.

Pregunta: ¿qué influencia ha tenido en este modelo la introducción del vídeo y los sistemas digitales de grabación y reproducción?

P.O.: Cuando llegue se estaban implantando los multicines o multiplex. La industria norteamericana que tenía mucho interés en entrar en la industria cinematográfica Hindi y de alguna forma, afianzarlo sus contenidos a través de producciones propias del país. La clase media en las ciudades está creciendo considerablemente, el consumismo también. La industria norteamericana

aprovecha para expandirse e intenta producir contenidos cinematográficos con productoras locales que luego se distribuye en los nuevos multicines.

En el momento en que se empieza a introducir este tipo de complejos cinematográficos se encarece mucho la entrada porque están pensado para una la nueva burguesía. En los cines de los pueblos, por unas pocas rupias puedes ver una película, casi no pagas nada. Pero no cualquier persona se puede permitir el precio de estos multicines. A partir de ahí también están introduciendo con otro tipo de temáticas y películas.

Pregunta: Pero al final, la cuota de pantalla es fundamentalmente autóctona, ¿no?

P.O.: Hablar de la India en general es complicado porque cada región tiene su parte, lo que sí que es cierto es que todo el cine comercial se intenta empaquetar como Bollywood, pero es algo comercial para que se pueda distribuir fuera porque si ya lo llaman de otra forma pues a lo mejor ya no tiene tanto éxito la distribución. Hay películas comerciales que, aunque estén rodadas en el sur e intentan, aunque no sea Bollywood, distribuirlas de ese modo. Bollywood es solamente la zona de Bombay.

Pregunta: En cuanto a la introducción del vídeo digital y la conversión a lo digital, ¿pudiste ver ya rodajes en esta época sin celuloide?

P.O.: En plano alternativo, había gente que hacía estas cosas. Yo sí que estuve con bastantes cineastas que al no conseguir el certificado de censura tenían que buscar la distribución de sus obras de manera diferente. Luego hay cineastas muy interesantes de la zona del sur, en Chenay, por ejemplo, Mani Ratnam, que hace un cine más de autor y cuentan historias reales de la India bastante reivindicativas. Para él, por ejemplo, es importante hacer un cine que pueda llegar a la gente de su propio país. Intentan que se pueda distribuir en su país.

Utilizan las canciones de alguna forma para contar temas de ideología pues para ellos las canciones es algo que tiene que estar en las películas, entonces este cineasta utiliza un poco lo que es el guion cinematográfico y técnico pues para hablar de temas interesantes y reivindicativos.

Pregunta: ¿cómo se podría definir el estilo de Bollywood?

P.O.: Hay tramas muy simples, historias de amores, pero si analizas el cine de entretenimiento de Hollywood pasa un poco lo mismo que allí, muchas películas son amores también.

Lo que pasa es que estamos metidos en esa historia y lo vemos como algo normal. En las películas de la India el tema de si progreso o tradición es muy recurrente. Hay que pensar que allí la tradición está muy arraigada, entonces claro el concepto de enamorarse no lo entienden como nosotros, ellos no saben lo que es enamorarse. Cuando ven una película de enamorados, les fascina y surge el debate de si tradición (matrimonios concertados) o progreso.

Pregunta: ¿Qué influencias tiene este cine?

P.O.: También entiendo que ahí tendrán que tener una motivación muy importante derivada de los procesos de independencia de la India y de la reivindicación de los contenidos propios. A nivel de contenidos... Sí. Yo creo que Bollywood surge, pero esto es lo que se dice parodiando a Hollywood, copiando muchas películas norteamericanas, grandes éxitos, y la parodian rápidamente con la cultura de la India. Creo que muchas de las películas que son meramente entretenimiento, pero claro a lo mejor el guion se ha inspirado en alguna otra película que han visto norteamericana, y creo que el origen es copiar un poco las películas norteamericanas.

Pregunta: Estados Unidos es un mercado orientado a la exhibición cinematográfica y como ventana principal. Y por ejemplo en Nigeria su venta principal es la venta directa más que los estrenos en cines que son muy minoritarios. ¿Cuál dirías que es modelo principal de la India? Que hemos hablado de los cines, de los cines de una sala, de los multiplex. Pero digamos este sería el modelo principal de distribución.

P.O.: Creo que la televisión. Aquí la gente consume mucha, muchísima televisión. Las grandes productoras tienen estudios cinematográficos y tienen escuelas de cine. Las distribuciones según cómo sea la película van hacia una zona o hacia otra. Hay películas de clases, hay clase A, B, C... Y las de A se distribuyen en las ciudades, las B, a lo mejor, en zonas urbanas y las C pues por los pueblos que son producciones que son mucho más modestas.

Pregunta. ¿La variable para la distribución de los contenidos A, B y C es geográfica?

P.O.: Sí, hay cosas que en las grandes ciudades no las pasarían nunca porque el nivel de exigencia es mucho mayor que en los pueblos. La gente no ha ido nunca...Es la única fuente de lo que llega de fuera... hay que tener en cuenta que la mayor parte del país no ha salido nunca del país, y la mayoría de gente, no ha salido nunca de su ciudad, o de su entorno, o de su zona geográfica. Lo único que ven de fuera es lo que viene a través del cine, es la ventana al exterior. Entonces claro hay zonas y subzonas en las que se distribuyen este tipo de telenovelas, incluso son películas que a lo mejor están allí durante unas semanas y tienen continuidad unas con otras. O sea, tienen este tipo de estructura. Y eso es lo que llega a salas más baratas, en realidad la gente va para estar un poco retirada de lo que es el centro de la ciudad. En este sistema, en las ciudades, hay un cine más de producción y de superproducción.

Pregunta: En Hollywood por diversos motivos, y dado el aparato industrial, llega a todas las áreas y relación con el cine online y con este tipo de distribución. En el caso de Nollywood es total, realmente están en Internet hay muchísimas paginas de visualización de contenido gratuito o de pago, pero, en un mundo preocupado por la piratería o por el mundo online como existe en la mayor parte de, por ejemplo, toda la industria cinematográfica europea o americana, ¿cómo se articula la relación entre el cine indio e Internet?

P.O.: Cuando yo estuve allí las conexiones a Internet eran muy malas. Además, Internet no era como ahora. Se hablaba de que iba a llegar Internet y que cambiaría todo y que estaba la censura que tenía que caer (...) y que se distribuirá por la web como se hacen en otros países, pero eso yo no lo llegué a vivir. Internet allí era muy precario y eso no funcionaba bien.

Pregunta: ¿qué podrías identificar como la principales diferencias y similitudes que puedes ver a partir de tu conocimiento de Bollywood entre estos modelos de producción, Hollywood, Bollywwod y Nollywood?

P.O.: No tiene mucho que ver. El modelo norteamericano es un modelo imperialista y de ideología porque está regido por las grandes corporaciones detrás de las grandes producciones y hay mucha ideología dentro de las películas, y tienen muy claro que la quieren expandir al mundo. Entonces, claro, el cine norteamericano tiene que ser de muy buena calidad, o sea, prevalece la calidad, el dinero, que sean películas caras, muchas veces escenas que han costado muchísimo tiempo rodar, el rodaje es caro, mucha gente trabajando, son películas que cuestan mucho dinero. El modelo de la India no es así. El modelo de la India es que han cogido un poco la ideología esta de Hollywood y lo han hecho algo suyo. Hay que entender que ellos no entienden nuestras películas. No entienden ni los tiempos ni el montaje. De hecho, hay películas de la India rodadas en norteamericana o con coproducciones norteamericanas que se ruedan en Canadá o Estados Unidos. Y las películas que ruedan en la India la gente no las entiende no las consideran como películas de ellos, aunque estén

rodadas allí porque no entienden la historia o sea ellos tienen otros códigos otros tiempos, otros parámetros... hablando en general. Entonces, el cine de la India es un cine antiimperialista está concebido para que no entre el norteamericano y de algún modo para proteger su cultura. Porque si entrase mucho cine norteamericano allí, por ejemplo, los matrimonios concertados es algo que la gente se replantearía, la religión etc... Hay miedo a ciertos temas. Pero aún así se viene a decir que es mejor lo de ellos ¿no? (...) Y el cine de Nigeria no lo conozco mucho, pero yo creo que ahí surge desde la precariedad de rodarlo con cámara de vídeo, rápidamente, y que luego se distribuya. Es más, el hecho de contar historias y que luego se distribuya por los países africanos con una fórmula económica barata.

Pregunta: Contamos que los tres países que estudio tienen una variable muy importante de población, en el sentido de que Estados Unidos es un país muy poblado, Nigeria es el más poblado de África, y la India igual. Es una variable que influye en estos 3 modelos, pero lo que me estás comentado de contar historias, esa necesidad de contenidos propios, ¿es algo común entre la India y Nigeria?

P.O.: Han dicho basta al cine norteamericano, me imagino que también es una industria de entretenimiento hecha por ellos, por la gente de allí contando sus historias, también me parece muy interesante ojalá hubiera pasado eso en España y la gente hubiese apoyado este tipo de cine ¿no? Más masivamente. Aquí en Europa no existe ese modelo, pero también porque es todo muy caro, la distribución, hay poca distribución, o sea, estamos muy necesitados de subvenciones, también es el ministerio el que te dice qué se subvenciona y qué no. Las películas americanas parecen menos arriesgadas, sabes seguro que te van a entretener. Sin embargo, allí se gastan 4 rupias para ir al cine y lo que les gusta es ver a sus actores... en Nigeria no lo sé, pero en la India la mayoría no ha salido del país, entonces quieren ver lo suyo. Aquí ha pasado lo contrario, hemos salido de un franquismo y el idealismo es intentar hacer películas como los americanos y entonces, el proceso es muy caro...

Pregunta: ¿existe un proteccionismo ante las películas extranjeras y también es una visión comercial que no ha habido nunca en Europa?

P.O.: Claro, ellos tienen su propia industria e igual que la televisión, que está totalmente mediatizada y tienen como estereotipo que ellos son el centro del mundo y al resto del mundo son como pequeños satélites que están alrededor. El problema del dinero en Europa es que nosotros... copiamos, o sea añoramos el modelo norteamericano y se hacen producciones para el cine, para televisión muy parecidas, aunque también el cine norteamericano independiente tiene muy buenas películas. Entonces, yo creo que en la India hay parámetros diferentes, yo lo vería desde el antiimperialismo y me pregunto muchas veces por qué aquí en España se consume tanto cine norteamericano.

1. 7. Entrevista realizada a Aparajit Shukla, director de cine (India).

Traducción del idioma original, en hindi, de la entrevista remitida el 15 de octubre de 2015.

Pregunta: En tu opinión, ¿cuáles son las principales características que definen el cine de la India?

A. S. : En el cine indio, el promedio de los espectadores son individuos apasionados por las las propiedades fundamentales del cine de Bombay. Este cine sigue la lógica del sentimentalismo y el cine de fantasía dónde constantemente se ven los elementos de justicia y de héroes, de un idealista, como un dios que es inusualmente poderoso.

Pregunta: ¿Qué piensa de su modelo de producción?

A. S. : Tengo poca información sobre esto para responder con datos concretos. La India produce aproximadamente 1.000 películas al año.

Pregunta: ¿Hay un techo para este número? ¿Está aumentando la producción o descendiendo?

A. S. : El promedio se mantuvo igual (1000 película por año) y es probable que se mantenga. Pero las viejas tradiciones cinematográficas están cambiando rápidamente.

Pregunta: ¿De dónde provienen de las principales fuentes de financiación del cine indio?

A. S.: Algunas grandes empresas son las responsables de la mayoría de películas financiadas, como los estudios de Hollywood, algunas de los cuales

aún se mantienen, pero éstas las empresas en la industria del cine indio, apenas dominan el cincuenta por ciento de la producción.

Pregunta: ¿Cómo han cambiado la producción de cine con el vídeo digital?

A. S.: El trabajo que podrían ofrecer los medios digitales en relación a la creatividad es significativamente reducido. El cine indio no es experimental en este sentido. Las tecnologías digitales son sorprendentes, pero en el caso del cine indio se utilizan en los márgenes de la distribución, pero en el plano creativo no se han explotado las posibilidades.

Pregunta: ¿Cuáles son las principales influencias en el cine de Bollywood?

A.S.: Los miles de años de vieja tradición están profundamente arraigados en el cine de Bombay. Ramayana, el Mahabharata épico, se ve en las venas de la gente de aquí, que son apasionados y llenos de historias similares. Mahanaikwad. El cine sirve para educar, y en una sociedad tan esclavista como la que tenemos, sirve al deseo de entretenimiento ocasional barato.

Pregunta: ¿Cuál es el principal argumento para explicar cómo el cine de Bollywood se está extendiendo a otros países?

A. S.: Una de las razones principales es idiomática, ya que en Sri Lanka, Nepal o Pakistán se comparte el idioma Bartiy y permite la difusión del cine en su área de influencia, no por su prevalencia o calidad.

Pregunta: Estudiamos los tres mercados más grandes del mundo en producción de cine, EE.UU., India y Nigeria. La distribución en Hollywood aún se centra en los cines, y Nollywood se centra en internet y venta directa, ¿cuál es el modelo de distribución principal en la India?

A. S.: En la India, el modelo principal sigue siendo la exhibición en salas de cine. Los esfuerzos en Internet continúan sin mucho éxito, sólo se ve como algo lejano.

Pregunta: Mientras tanto, en la mayoría de los países existe una gran preocupación por la relación entre el cine, internet y la "piratería", Nigeria ha transformado su preocupación en una ventaja. ¿Qué se hace al respecto?

A. S.: La piratería es un gran problema en la India y probablemente el mayor daño se ha causado en la industria cinematográfica.

Pregunta: ¿Cómo es la relación entre la India el cine y la red?

A. S.: La relación actual entre el cine indio e Internet es la piratería, las películas recién estrenadas en los cines pasan inmediatamente a la red dónde muchas personas acceden a ellas ilegalmente. A gran nivel, si hay historias de éxito entre el cine y la red, pero el nivel de uso es bastante bajo. Lo que sí es cierto es que todas las miradas hacia el futuro están puestas en Internet.

Pregunta: ¿Cómo se define el modelo de exhibición en la India?

A. S.: Está compuesto por muchos empresarios que operan bajo sus propios términos. Las películas estrella son las de los grandes presupuestos, que tienen fácil distribución y exhibición.

Pregunta: ¿Que diferencias y similitudes podemos encontrar entre los modelos de producción de Nollywood, Hollywood y Bollywood?

A. S.: El efecto de Hollywood es visible en Bollywood, así como la supremacía de las películas americanas, muchas de las que se han doblado al hindi, han conseguido tener más éxito y más recaudación. Sobre el cine de Nollywood mis conocimientos son escasos.

Pregunta: ¿Cómo es el perfil del espectador de cine de Bollywood?

A. S.: Es un espectador que busca entretenimiento rápido, divertido y simple.

Pregunta: ¿Cuál es la relación entre el ocio y el cine en un país donde la tasa de producción es de mil películas anuales?

A.S.: La mayoría de las personas dedican su tiempo libre a ir al cine, y en ese contexto es importante la familia. Lo normal es que al cine se vaya en familia, hombres, mujeres, niños y ancianos, por eso hay mucha producción de cine comercial y para todos los públicos.

1. 8. Entrevista a Viraj Singh, director de fotografía en la India.

Transcripción de entrevista realizada el 18 de septiembre de 2015.

Pregunta: ¿Cómo es el modelo de producción en el cine indio?

V. S.: En los últimos años las cosas han cambiado en India. Han surgido lo que denominamos “Single producers” o “individual producers”. Uno de los más famosos es “Bolly Kapoor”. Él sigue trabajando actualmente. Son productores independientes que tienen acceso al dinero. Muy frecuentemente es dinero negro. La industria sirve para lavar dinero. Por ejemplo, un chico que vive en una granja y todos los granjeros, todas las personas que viven en esa granja le prestan sus microcréditos y él actúa como un banco. Toma prestado el dinero de esta gente y lo invierte en producción de cine. Durante los setenta, ochenta y principios de los noventa sólo había cuatro o cinco prestamistas de dónde se obtenía la financiación de las películas. Luego en los 2000 aparecen las coproducciones, las compañías productoras crecieron y creció también su estructura. Aparecieron los chicos de marketing, la figura del productor... Y el negocio se dividió, se sectorizó. Hay una pequeña ayuda de dinero (público). Creo que es una pequeña cantidad. India no tiene una gran cantidad de dinero público. Es muy difícil, muy pequeña. He olvidado la cantidad exacta, pero es muy raro, está muy controlado y generalmente no es fácil obtenerla. Es muy raro. Me gustan los modelos de Australia o Inglaterra donde hay una gran cantidad de dinero (público) para las artes.

Pregunta: Resulta curioso que los modelos que a día de hoy son los tres principales productores, son modelos primordialmente privados. ¿Cómo se explica este dato?

V. S.: Sí son privados, incluso Estados Unidos es privado. Hay muchos directores indios que obtienen dinero de festivales internacionales. Es muy normal. Hay un montón de indios (directores) que cogen dinero de festivales

Europeos también. Es muy común. En Estados Unidos tienen muchos festivales como Sundance... India no invierte dinero en festivales. No hay. Es muy raro. Pero sigue siendo raro. Suele ser (dinero) privado.

Pregunta: Hablando de la producción, la India produce más de mil películas al año, ¿en qué punto está esta cuota de producción? ¿está aumentando o descendiendo?

V. S.: Es difícil. Estoy interesado en saber cómo sacan ese número. Si, por ejemplo, la conversación que estamos grabando ahora con la cámara, forma parte de esas 1000 películas. Cómo dices qué nivel se establece. ¿Las películas de televisión son consideradas films? No lo sé.

Pregunta: ¿Qué relación hay entre el cine indio y el cine online?

V. S.: No, Netflix aún no ha llegado a India todavía. Llegará. No sé si la gente gana dinero vendiendo películas por Internet. Pero definitivamente Internet ha generado mucho marketing.

Pregunta: Dada tu posición privilegiada, ya que has trabajado en los tres escenarios que propone este estudio ¿Qué diferencias y similitudes encuentras entre estos modelos?

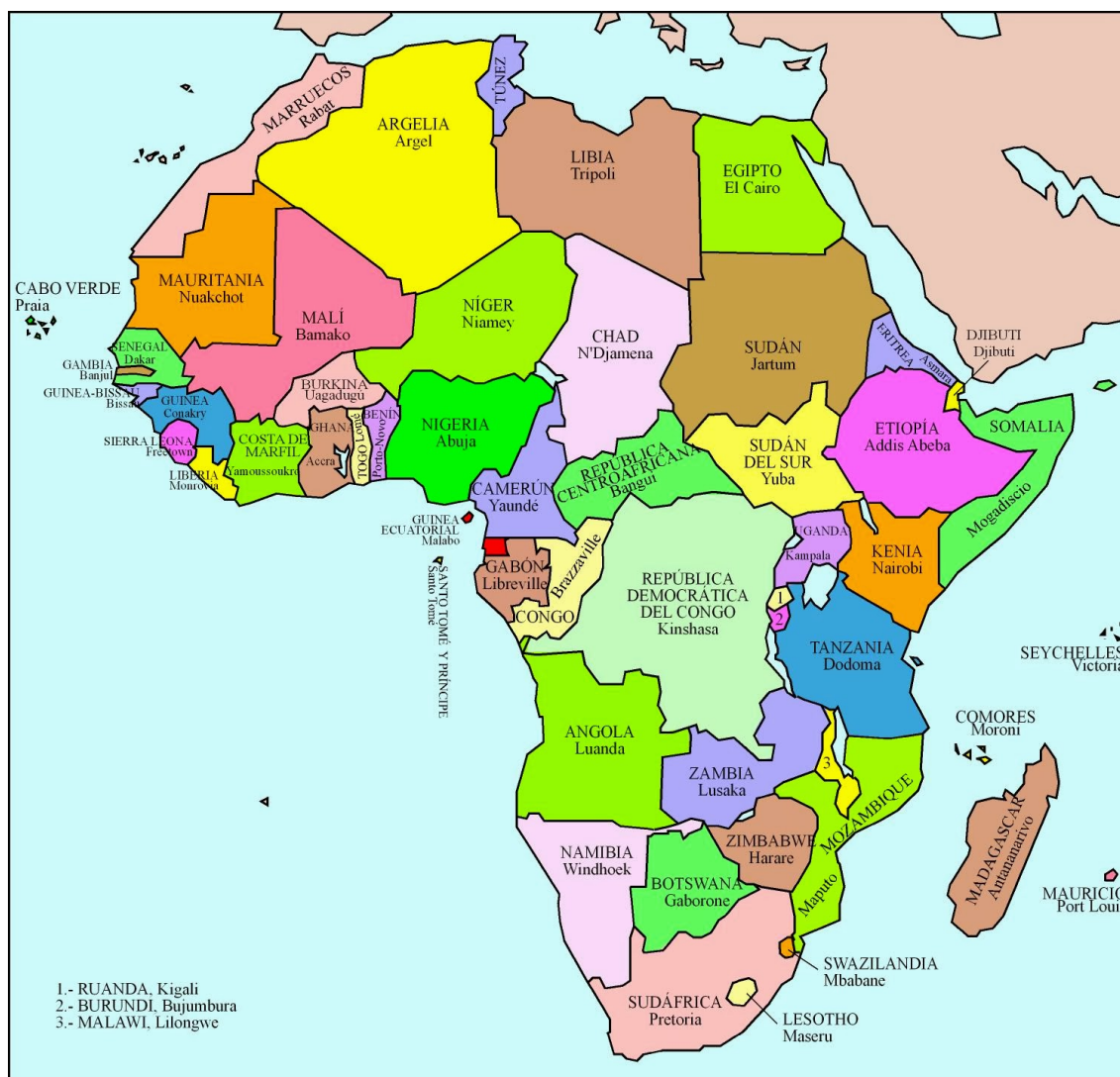
V. S.: Difícil pregunta, pero obviamente la masificación de películas comerciales. Como consumidor están hechas para el público de masas. Hollywood es la (sus películas) más vista. Bollywood creo que es la segunda más vista. Creo que es Hollywood porque tiene los mayores presupuestos, el mayor alcance. Cualquier país tiene películas de Hollywood. *Misión Imposible* fue proyectada en todos los países. Las películas de Bollywood están en menos países. Eso es lo que quiero decir. Y las de Nigeria se ven mayoritariamente en Nigeria, y en algunos otros países donde llegan como por ejemplo Londres. Son dramas (las películas nigerianas) en su mayoría. Y creo que es porque es barato. Es más barato que hacer una película de acción. En Hollywood el dinero no es un problema. Pueden

hacer todas las películas que quieren. En Bollywood también son un drama en su mayoría porque es barato.

Pregunta: ¿Cuál es el perfil de la audiencia de Bollywood?

V. S.: Lo que actualmente pasa en India es que el cine es muy caro por lo que la gente no va. Son 3000 rupias, lo que es casi 5\$ americanos. El coste de las palomitas son otros 4 \$, lo que es de locos. Yo soy solo una persona, pero imagínate para una familia. Cada vez menos gente va al cine. Cuando hacen una película tu puedes ver, porque en India las cuestiones están conectadas con las clases socio económicas que tenemos, por lo que puedes ver que la mayor clase económica es la clase media y toda esa gente tiene dinero y va a ver las películas. La clase alta que es muy pequeña. Las clases bajas no tienen dinero por lo que no van al cine, no hacen marketing para ellos. En las grandes ciudades la mayoría de la gente no tiene tiempo porque trabajan mucho y en las ciudades es muy caro ir al cine. En las ciudades más pequeñas tienen un estilo de vida más relajado y van a ver más películas. Pero son perfiles diferentes. (En las grandes ciudades) son más jóvenes, más gente con estudios universitarios. En ciudades pequeñas son más familias. Es mi opinión, pero esto es lo que veo cuando voy al cine.

ANEXO 2: MAPA POLÍTICO DE ÁFRICA Y CRONOLOGÍA DE LOS AÑOS DE INDEPENDENCIA DE SUS PAÍSES¹⁰⁵.



¹⁰⁵ Se han contemplado en el listado los países que conforman el actual mapa político del continente africano en el año 2019. No han sido considerados territorios que actualmente se encuentran en conflicto o no son reconocidos por la Unión Europea, como los territorios independientes de la República Árabe Saharaui Democrática, Somalilandia, República de Cabinda o la República de Ambazonia.

PAÍS	CAPITAL	AÑO DE INDEPENDENCIA	TERRITORIO DEL QUE SE INDEPENDIZÓ
ANGOLA	Luanda	1975	Portugal
ARGELIA	Argel	1962	Francia
BENIN	Porto Novo	1960	Francia
BOTSUANA	Gaborone	1966	Reino Unido
BURKINA FASO	Uagadugú	1960	Francia
BURUNDI	Buyumbura	1962	Bélgica
CABO VERDE	Praia	1975	Portugal
CAMERÚN	Yaundé	1960	Francia y Reino Unido
CHAD	Yamena	1960	Francia
REPÚBLICA CENTROAFRICANA	Bangui	1960	Francia
COMOROS	Moroni	1975	Francia
REPÚBLICA DEL CONGO	Brazzaville	1960	Francia
REPÚBLICA DEMOCRÁTICA DEL CONGO	Kinshasa	1960	Bélgica
COSTA DE MARFIL	Yamusukro	1960	Francia
EGIPTO	El Cairo	1922	Reino Unido
ERITREA	Asmara	1993	Etiopía
ETIOPIA	Adís- Abeba		
GABÓN	Libreville	1960	Francia
GAMBIA	Banjul	1965	Reino Unido
GHANA	Adís Abeba	1957	Reino Unido
GUINEA	Conakri	1958	Francia
GUINEA-BISSAU	Bissau	1973	Portugal
GUINEA ECUATORIAL	Malabo	1968	España
KENIA	Nairobi	1963	Reino Unido
LESOTO	Maseru	1966	Reino Unido
LIBERIA	Monrovia	1847	Estados Unidos
LIBIA	Trípoli	1947	Italia
MADAGASCAR	Antananarivo	1960	Francia
MALAWI	Liongüe	1964	Reino Unido

MALÍ	Bamako	1960	Francia
MARRUECOS	Rabat	1956	Francia / España
MAURICIO	Port Louis	1968	Reino Unido
MAURITANIA	Nuakchot	1960	Francia
MOZAMBIQUE	Maputo	1975	Portugal
NAMIBIA	Windhoek	1990	Sudáfrica
NÍGER	Niamey	1960	Francia
NIGERIA	Abuja	1960	Reino Unido
RUANDA	Kigali	1960	Bélgica
SANTO TOMÉ Y PRÍNCIPE	Santo Tomé	1975	Portugal
SENEGAL	Dakar	1960	Francia
SEYCHELLES	Victoria	1976	Reino Unido
SIERRA LEONA	Freetown	1961	Reino Unido
SOMALIA	Mogadiscio	1960	Italia y Reino Unido
SUAZILANDIA	Mbabane	1968	Reino Unido
SUDÁFRICA	Pretoria	1910	Reino Unido
SUDÁN	Jartum	1956	Egipto y Reino Unido
SUDÁN DEL SUR	Yuba	2011	Sudán
TANZANIA	Dodoma	1961	Reino unido
TOGO	Lomé	1960	Francia
TÚNEZ	Túnez	1956	Francia
UGANDA	Kampala	1962	Reino Unido
YIBUTI	Yibuti	1977	Francia
ZAMBIA	Lusaka	1964	Reino Unido
ZIMBABUE	Harare	1965	Reino Unido

Fuente: Descolonización. (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 10 de mayo de 2019.

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

1. Ilustración 1: Esquema que muestra los elementos que intervienen en el negocio cinematográfico.	116
2. Ilustración 2: Gráfico. Largometrajes realizados en Estados Unidos en el año de referencia.	131
3. Ilustración 3: Gráfico. Número de pantallas contabilizadas en la India en el año de referencia	144
4. Ilustración 4: Gráfico. Largometrajes producidos en la India en el año de referencia	145
5. Ilustración 5: Gráfico. Inicio y desarrollo de los principales centros de producción en el contexto africano	166
6. Ilustración 6: Tabla. Cronografía de los regímenes políticos de Nigeria	189
7. Ilustración 7: Fotografía. Imágenes cedidas por Iroko Tv	215
8. Ilustración 8: Fotografía. Imágenes cedidas por IrokoTv	217
9. Ilustración 9: Gráfico. Evolución de producción en Estados Unidos, India y Nigeria	258

Los enlaces y páginas web consultadas han sido
actualizadas en mayo de 2019

Madrid, 2019